

TRABAJO DE GRADO
IMPACTOS NEGATIVOS DEL DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO DE LA
CAMARA DE COMERCIO DE PALMIRA 2012 - 2015 EN LOS AMBITOS
ECONOMICO, AMBIENTAL Y SOCIAL DE SU MODELO DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL

EDINSON FERNANDO RODRIGUEZ ORTIZ

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
PALMIRA
2013

TRABAJO DE GRADO
IMPACTOS NEGATIVOS DEL DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO DE LA
CAMARA DE COMERCIO DE PALMIRA 2012 - 2015 EN LOS AMBITOS
ECONOMICO, AMBIENTAL Y SOCIAL DE SU MODELO DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL

EDINSON FERNANDO RODRIGUEZ ORTIZ

Tipo de documento:

PASANTÍA – MONOGRAFIA

Director trabajo de grado:

JOHN HARDY GARCÍA

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
PALMIRA,
2013

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Palmira, Julio de 2013

AGRADECIMIENTOS

Agradecimientos a Dios por ser mi Maestro y Guiador.

Este trabajo de grado no habría sido posible sin la influencia directa o indirecta de muchas personas a las que agradezco profundamente por estar presentes en las distintas etapas de mi carrera, así como en el resto de mi vida.

Agradezco a todos los docentes de la Universidad del Valle de Palmira que compartieron sus conocimientos, dentro y fuera de clase, haciendo posible que mi formación profesional se resuma en satisfacciones académicas e inquietudes insatisfechas en continua indagación.

A mis amigos y compañeros, quienes dieron lo mejor de su energía y empeño por el bien de nuestra formación profesional, a quienes compartieron su confianza, tiempo, y los mejores momentos que viví durante esta etapa como estudiante de pregrado, dentro y fuera del campus Universitario, en especial a Leidy Jhoana, Monica Andrea y Familia Mina Vásquez.

Por último a mi familia y seres más queridos, mi Madre quien brindo su apoyo y compañía, a mi Padre quien desde el cielo esta acompañando cada uno de mis logros y metas alcanzadas y mis sobrinos, quienes siempre han sido un motivo de inspiración para culminar toda meta propuesta.

Ya para terminar, a las personas que de una manera u otra se quedaron a un lado del camino, no por esto fuera de mi corazón.

Edinson Fernando Rodríguez Ortiz.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
0. INTRODUCCION	11
1. TITULO	13
2. ANTECEDENTES	14
3. EL PROBLEMA DE INVESTIGACION	17
3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
3.2 FORMULACION DEL PROBLEMA	17
3.3 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA	17
4. OBJETIVOS	19
4.1 OBJETIVO GENERAL	19
4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	19
5. JUSTIFICACION	20
6. MARCO REFERENCIA	22
6.1 MARCO TEORICO	22
6.2 MARCO CONCEPTUAL	24
6.3 MARCO JURIDICO	25
6.3.1 Pacto mundial (Global Compact)	27
6.3.2 Global reporting initiative (GRI).	28

6.3.3	El libro Verde	29
6.3.4	Las Directrices de la OCDE	30
6.3.5	La Norma SA 8000	31
7.	ASPECTOS METODOLÓGICOS	34
7.1	TIPO DE ESTUDIO	34
7.2	METODO DE INVESTIGACION	34
8.	SITUACION ACTUAL DE LA EMPRESA	35
8.1	SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD	35
8.1.1	Objetivo de nuestro sistema de gestión de la calidad	35
8.1.2	Alcance	35
8.1.3	Estructura por procesos	36
8.2	POLITICA DE CALIDAD	37
8.2.1	Objetivos de Calidad	38
8.3	DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO	39
8.4	MODELO DE GESTION	39
8.4.1	Visión	40
8.4.2	Misión	40
8.4.3	Valores Institucionales	41
8.4.4	Principios de responsabilidad social	42
8.4.5	Líneas estratégicas	43
8.5	TABLERO DE MANDO DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO 2012-2015	44

9.	MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	47
9.1	COMPONENTES	47
9.1.1	Componente I	47
9.1.2	Componente II	47
9.1.3	Componente III	47
9.1.4	Componente IV	47
9.2	INDICADOR GRI	47
9.2.1	¿Que es y para que sirve una Memoria GRI?	47
9.3	INDICADORES DE LA CAMARA DE COMERCIO DE PALMIRA	49
9.4	PARTICIPACION DE LOS GRUPOS DE INTERES	61
9.5	DIAGNOSTICO DE LA RSE	63
9.5.1	Gobernanza de la organización	65
9.5.2	Derechos Humanos	66
9.5.3	Practicas laborales	68
9.5.4	Medio ambiente	70
9.5.5	Practicas justas de operación	71
9.5.6	Asuntos de consumidores	73
9.5.7	Participación activa y desarrollo de la comunidad	75
10	INFORME DE SOSTENIBILIDAD	77
10.1	PLAN DE ACCIÓN MITIGACIÓN RIESGO EN LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	77

10.2	ESTRATEGIAS PARA MITIGAR LOS IMPACTOS NEGATIVOS, EN EL AMBITO SOCIAL, ECONOMICO Y AMBIENTAL DEL DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO POR OBJETIVO ORGANIZACIONAL	79
11.	CONCLUSIONES	82
11.	RECOMENDACIONES	83
12.	BIBLIOGRAFIA	84

LISTA DE GRAFICOS

	Pág.
1. Organismos que Influyen en la RSE.	16
2. Mapa de Procesos	37
3. Modelo de Gestión	40
4. Líneas estratégicas	43
5. Estructura Organizacional Cámara de Comercio de Palmira	46
6. Consumo Energía Palmira 2011-2012	52
7 Consumo Energía Candelaria, Florida y Pradera 2012	52
8 Captación total de agua por fuentes.	53
9 Desglose de la Fuerza de trabajo por tipo de contrato	54
10. Fuerza de trabajo por genero 2012.	55
11. Desglose de Fuerza de Trabajo por Rango de Edades año 2012.	56
12. Indicador GRI LA7. Comparativo de Ausentismo	57
13. Indicador GRI LA7 Ausentismo Laboral por Área y Causa	58
14. Indicador GRI LA11 Formación por Trimestre.	59
15. Indicador GRI LA11 Resultado Eficacia Plan de Formación 2012	60
16. Indicador GRI SO1 Consolidado Enero – Diciembre de 2012	60
17. Gobernanza de la Organización	65
18. Derechos humanos	67
19. Practicas Laborales	69
20. Medio Ambiente	70
21. Practicas Justas de Operación.	72

22.	Asuntos de Consumidores.	74
23.	Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad	76
24.	Pagina Cámara de Comercio de Palmira / Informe RSE.	77

0. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las Cámaras de Comercio como representante de las instituciones de comercio, se enfrentan a importantes procesos de cambios, en algunas ocasiones generados por factores endógenos, pero que en la mayoría de los casos obedecen a la fuerte influencia de elementos exógenos a las Cámaras de Comercio, propiciados principalmente por los procesos de globalización y la sociedad del conocimiento como tal, o en ocasiones por las políticas públicas impulsadas por el Gobierno, lo que obliga a las Cámaras de Comercio a responder a múltiples y crecientes demandas o desafíos de los diferentes grupos de interés con los cuales interactúa.

Entre los grandes desafíos se tiene la creciente necesidad de las Cámaras de Comercio por demostrar que efectivamente su funcionamiento y razón de ser, se encuentran orientados plenamente para colaborar en la resolución de las necesidades y problemáticas existentes en la sociedad que les rodea.

Paralelamente, la Camara de Comercio de Palmira, al igual que las demás Cámaras de Comercio del País, enfrentan la necesidad de generar los recursos económicos necesarios para financiar su funcionamiento y poder continuar brindando satisfacción a cada una de las necesidades y problemáticas de la sociedad actual. Situaciones como la anterior, junto con nuevas exigencias, tales como los procesos de acreditación de la calidad (ISO 9000:2008), han obligado a la Camara de Comercio de Palmira a implementar importantes cambios en sus procesos de gestión y toma de decisiones, incorporando una serie de técnicas y modelos propios de las empresas y Cámaras de Comercio, tales como la gestión por competencias, indicadores de gestión y cuadro de mando integral, planificación estratégica, criterios de rentabilidad económica para evaluar sus proyectos, estrategias de marketing y modelos de gestión, entre otros.

La Camara de Comercio de Palmira orienta su funcionamiento y que hacer preferiblemente hacia los comerciantes, quienes se transforman en sus principales fuentes de financiamiento mediante la venta de servicios que se presentan dentro de la Cámara de Comercio de Palmira.

En virtud del contexto descrito, la Camara de Comercio de Palmira, intenta ofrecer algunos de los principales aspectos relacionados con el concepto de responsabilidad social empresarial (RSE), con el propósito de reconocer aquellos

aspectos y elementos teóricos que son susceptibles de incorporar o modificar en su aplicación al quehacer de las Cámaras de Comercio, así también se analizan los orígenes del concepto de responsabilidad social empresarial (RSE), así como el desarrollo de los diferentes aspectos vinculados a la responsabilidad social empresarial, entre los que destacan la multiplicidad de definiciones, los usos sinónimos del mismo, los ámbitos de aplicación, las principales herramientas, enfoques y grupos de interés, entre otros elementos, se realizará una sinergia entre el Direccionamiento Estratégico de la Empresa, los grupos de interés y las normas establecidas de Responsabilidad Social Empresarial. Para este fin se investigará la descripción del enfoque metodológico: interpretativo o hermenéutico en nuestro caso; el diseño de investigación, que en nuestro estudio es del tipo cualitativo, por medio de una entrevista semi-estructurada; y finalmente, la elección de la técnica de análisis e interpretación de los resultados, que en nuestra investigación serán dos: el análisis de contenidos y la teoría fundamentada de los datos.

1. TITULO

Impactos negativos del direccionamiento estratégico de la Cámara de Comercio de Palmira 2012 - 2015 en los ámbitos Económico, Ambiental y Social de su modelo de Responsabilidad Social.

2. ANTECEDENTES

Aunque puede afirmarse que el término Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es nuevo, en Colombia este concepto tiene más de cien años de desarrollo. Fue surgiendo de manera espontánea como proyección de la sensibilidad de algunos empresarios quienes consideraron que, trascendiendo las actividades que normalmente realizaban –algunas de ellas también pioneras en el campo de la industrialización–, podían aportar algo más a la sociedad. De esas inquietudes surgieron importantes avances en el campo de la educación, de la medicina, de la salubridad en general y de la vivienda social¹.

En la actualidad las empresas, para adaptarse a su entorno, planean y definen las estrategias necesarias, diseñando la estructura organizativa más idónea para poder cumplir con esa estrategia.

La evaluación del impacto ambiental iniciaría a partir de los años sesenta en Estados Unidos se comienza controlando las relaciones humanas con el ambiente, de forma directa o indirecta, mediante instrumentos y procedimientos dirigidos a prever y evaluar las consecuencias de determinadas intervenciones. Todo esto con la intención de reducir, mitigar, corregir y compensar los impactos negativos que se le puedan estar causando al ambiente. Luego vendría la Evaluación de los Impactos ambientales en los proyectos públicos, seguidos por Canadá donde surgiría una norma específica referida a la evaluación del impacto ambiental, siguiendo en líneas generales la normativa de los Estados Unidos, ya para 1976 en Francia se aprueba la ley n. 76-629 (del 10 de julio del 1976), relativa a la protección de la naturaleza. Esta ley introduce tres niveles diferentes de evaluación: Estudios ambientales; noticias de impactos; y, estudios de impactos, esta ley se aplicaría a proyectos públicos y privados. Por ultimo tendríamos a Brasil, quienes elaborarían planes de mitigación, en la fase de llenado de los embalses, a partir de todos estos inicios la población mundial ha seguido realizando esfuerzos de mitigación de los impactos negativos causados al ambiente.

¹ GÓMEZ CASABIANCA, Luis Henrique. Pioneros de la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia. REVISTA CIVILIZAR DE EMPRESA Y ECONOMICA. [en línea]. Publicado: Volumen 3 No. 4 Enero - Junio 2012 [Consultado 20 de Octubre de 2012]. Disponible en Internet: <http://www.usergioarboleda.edu.co/civilizar/economia/pioneros-responsabilidad-social.htm>

Para Análisis del impacto económico, encontramos que se debe analizar el efecto de una política, programa, proyecto, actividad o evento dentro de la Organización el cual repercutirá en forma positiva y negativa en la economía de un Sector determinado dentro de la Sociedad impactada dentro del alcance. El área de Alcance puede variar de un sector a otro, teniendo en cuenta que el Impacto económico general de la organización se mide en términos de cambios en el crecimiento económico y cambios asociados en puestos de trabajo y los ingresos.

Según Federico Posada, Gerente General de EPM “Es muy importante insertar el tema de responsabilidad social empresarial dentro del mapa estratégico de la empresa de manera transversal en todas las acciones”².

Para Carlos Jacks, Presidente de Cemex en Colombia, la agenda de sostenibilidad internacional esta articulada alrededor de siete aspectos, los cuales se agrupan en tres grandes categorías: generar propuestas de valor que hayan surgido de ejercicios de reflexión organizacional, mitigar la huella ambiental y mejorar las relaciones con los grupos de interés. Los siete aspectos son: liderar la construcción sostenible, apoyar el desarrollo de la infraestructura y la vivienda social atendiendo las necesidades de la base de la pirámide primordialmente; realzar las acciones que logren la reducción de la huella de carbono (su meta es disminuir en 25% la emisión de carbono para el año 2025); aumentar las exigencias en temas de recuperación de biodiversidad en las zonas de operación; aumentar la conciencia en el tema de salud y seguridad; fortalecer las relaciones con las comunidades locales; y aumentar el compromiso con organizaciones internacionales como son Cement Sustainability, Global Compact y el World Business Council. Para Jacks, “la sostenibilidad debe reconocerse como una fuente de innovación”³.

Colombia, por cierto, aspira a ser un país socialmente responsable, es decir con plena social en sus diversos sectores (publico, privado, académico, etc), propósito nacional que apunta a que la RSE sea política de Estado, siguiendo los pasos de países como Inglaterra⁴.

² GONZÁLEZ-PÉREZ, María Alejandra. La Responsabilidad Social Empresarial, un tema de sostenibilidad y crecimiento internacional. REVISTA DINERO. Bogotá [en línea]. PUBLICADO: 2011-10-19T00:00:00. [Consultado 20 de Octubre de 2012]. Disponible en Internet: <http://www.dinero.com/opinion/opinion-online/articulo/la-responsabilidad-social-empresarial-tema-sostenibilidad-crecimiento-internacional/137807>

³ Ibíd Pag. 3

⁴ SIERRA MONTOYA, Jorge Emilio. Principios de Responsabilidad Social Empresarial. Bogotá 2010. S.A. 98 h. Impresión: Panamericana formas e impresiones. ISBN: 958-8481-17-1. Pág. 25



Grafico No. 1. Organismos que Influyen en la RSE.

Según Milton Friedman⁵, desde el ámbito Liberal la Responsabilidad Social Empresarial de un negocio es aumentar sus ganancias sin pretender asumir otras obligaciones o responsabilidades que no le corresponden.

En un enfoque del Papel Social, Peter Druker⁶, se afirma que la Responsabilidad Social Empresarial no es exclusiva de las empresas, sino de todas las instituciones de la Sociedad aunque el papel de la empresa en el tema es vital en su legitimación.

En un enfoque Ético de Adela Cortina⁷, la Responsabilidad Social Empresarial debe asumirse desde un enfoque integral, que permita dimensionar la moral equilibradamente con el criterio económico, logrando la legitimidad o validez que requiere la empresa como institución social.

⁵ FRIEDMAN, MILTON. Destacado estadístico, economista, intelectual y profesor de la Universidad de Chicago. Neoliberal y defensor de su doctrina sobre el libre mercado, realizó contribuciones importantes en los campos de macroeconomía, microeconomía, historia económica y estadística. En 1976 fue galardonado con el Premio Nobel de Economía por sus logros en los campos de análisis de consumo, historia y teoría monetaria, y por su demostración de la complejidad de la política de estabilización.

⁶ DRUKER, PETER. fue un abogado y tratadista austríaco autor de múltiples obras reconocidas mundialmente sobre temas referentes a la gestión de las organizaciones, sistemas de información y sociedad del conocimiento, área de la cual es reconocido como padre y mentor en conjunto con Fritz Machlup. Sus ancestros fueron impresores en Holanda; en alemán, Drucker significa "impresor" y de ahí deriva su apellido.

⁷ CORTINA, ADELA. filósofa española nacida en la ciudad de Valencia (1947), ganadora del Premio Internacional de Ensayo Jovellanos 2007. Catedrática de Ética de la Universidad de Valencia y Directora de la Fundación ÉTNOR, Ética de los Negocios y las Organizaciones.

3. EL PROBLEMA DE INVESTIGACION

3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Camara de Comercio de Palmira para el año 2010 implementó su programa de Responsabilidad Social Empresarial, el cual se incluyó en su gestión anual como un programa de trabajo. Para el año 2011 se formuló el Direccionamiento Estratégico 2012-2015, sin evaluar los impactos negativos, que este nuevo direccionamiento puede tener en las dimensiones sociales, económicas y ambientales.

Las circunstancias anteriores pueden llevar a la Camara de Comercio de Palmira a no tener conocimiento de los Impactos Negativos y afectar su compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial y por ende dejar de mitigar los riesgos que contemplan sus objetivos organizacionales.

Por las condiciones anteriormente descritas se hace necesario analizar uno a uno los objetivos del direccionamiento estratégico y las estrategias que se utilizaran para el cumplimiento de los mismos y poder contrarrestar los Aspectos Negativos que se derivan en las dimensiones a nivel Económico, Social y Ambiental.

3.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cuáles son Impactos negativos del direccionamiento estratégico de la Cámara de Comercio de Palmira 2012 - 2015 en los ámbitos Económico, Ambiental y Social de su modelo de Responsabilidad Social?

3.3 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

1. ¿Cuál es el nivel de cumplimiento de prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial de la Cámara de Comercio de Palmira con base en la Norma ISO 26000?

2. ¿Cuáles son los Indicadores GRI aplicables a la Cámara de Comercio de Palmira y los resultados alcanzados?
3. ¿Cuáles son los Impactos negativos en las dimensiones ambiental, social y económico del direccionamiento estratégico de la Cámara de Comercio de Palmira 2012 - 2015?
4. ¿Qué acciones debe implementar la Cámara de Comercio de Palmira para mitigar los impactos negativos en las dimensiones ambientales, sociales y económicas?

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Proponer acciones para mitigar los impactos en las dimensiones económico, social y ambiental que causará en su gestión el direccionamiento estratégico de la Cámara de Comercio de Palmira 2012 - 2015.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Determinar el nivel de cumplimiento de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial a partir de la Norma ISO 26000.
- ✓ Conocer cuales son los indicadores GRI de la cámara de comercio de Palmira y los resultados alcanzados en cada uno de estos indicadores.
- ✓ Conocer los Impactos Negativos del direccionamiento estratégico de la Cámara de Comercio de Palmira en las dimensiones ambientales, sociales y económicas.
- ✓ Establecer un Plan de acción para contrarrestar los impactos negativos de las dimensiones económica, social y ambiental.

5. JUSTIFICACION

En el diario vivir de las Organizaciones actuales se ha olvidado tener en cuenta los impactos negativos de sus direccionamientos estratégicos, debido a que se tiene la percepción que “todo esta bien” después de que la entidad se encuentre generando rentabilidad para los dueños o socios; sin embargo el deterioro ambiental, económico y social que se observa en el mundo y en Colombia, nos permite evidenciar que debemos dar nuevos enfoques a los Direccionamientos de las compañías actuales y de las que se creen a futuro, para poder así generar planes que permitan contrarrestar los impactos causados hasta este momento y prevenirlos a futuro.

Situaciones como las mencionadas anteriormente son las que han permitido que se empiece a crear conciencia y se den nuevos enfoques empresariales a los Direccionamientos Estratégicos Empresariales, con la implementación de la RSE (Responsabilidad Social Empresarial).

Sin duda ya existen sectores con un alto compromiso en tal sentido. En el caso colombiano, cabe destacar a las industrias reunidas en la Andi, gremio que promovió la creación de la sede regional del Pacto Global para America Latina y el Caribe en Bogotá, y a las Cámaras de Comercio Integradas por Confecamaras, entre estas la Camara de Comercio de Palmira⁸, donde se adelanta un proyecto crucial, con respaldo del Banco Interamericano de Desarrollo –BID, sobre gobierno corporativo⁹ o buen gobierno¹⁰.

⁸ Creada mediante Decreto No. 502 de 8 de marzo de 1934, la Cámara de Comercio de Palmira, es una Entidad Privada, sin ánimo de lucro, con personería jurídica y constituida a iniciativa de los comerciantes de Palmira.

⁹ Se refiere al conjunto de principios y normas que regulan el diseño, integración y funcionamiento de los órganos de gobierno de la empresa, como son los tres poderes dentro de una sociedad: los Accionistas, Directorio y Alta Administración.

¹⁰ SIERRA MONTOYA, Jorge Emilio. Principios de Responsabilidad Social Empresarial. Bogotá 2010. S.A. 98 h. Impresión: Panamericana formas e impresiones. ISBN: 958-8481-17-1. Pág. 37

Teniendo en cuenta la Misión, la visión y la Política de calidad de la Cámara de Comercio de Palmira se puede notar en forma clara y precisa que pese a ser una entidad Privada, es una entidad que se preocupa por la sostenibilidad, promoviendo el desarrollo social, económico y ambiental, motivo por el cual se debe establecer estrategias y desarrollar actividades que permitan a la Cámara de Comercio de la Ciudad de Palmira mitigar los Impactos negativos causados a partir de su Desarrollo Estratégico.

6. MARCO REFERENCIA

6.1 MARCO TEORICO

Lo que se busca con este trabajo es analizar y en lo posible, clarificar, los fundamentos teóricos de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de las empresas. Así mismo se han analizado los diversos conceptos que sobre la RSE se manejan en la actualidad por los agentes interesados. Sobre estas bases, se han obtenido conclusiones analíticas propias.

La primera base de la RSE es su vinculación con el modelo de desarrollo sostenible. El desequilibrio que existe actualmente entre recursos, producción y consumo, aconseja el cambio a un nuevo modelo de desarrollo, que no considere a los recursos naturales como ilimitados.

El cambio del modelo de empresa es más patente con la teoría de los grupos de interés, estrechamente ligada a la RSE. Los consumidores e inversores favorecen cada vez más, con sus decisiones, a aquellas empresas que adoptan una actitud socialmente responsable en los campos social, laboral y medioambiental.

A lo largo de la Historia se han realizado encuestas de RSE¹¹ (, las cuales permiten concluir y/o conocer las necesidades de los grupos de interés llevándolos a percibir no solo un cambio de actitud en los consumidores o ciudadanos, sino que además se ha incrementado su capacidad para organizarse en grupos de consumo, priorizando las empresas sostenibles. El hecho de que las empresas tengan RSE, es un factor decisivo, que les confiere poder de negociación en el mercado.

¹¹ Encuestas de Responsabilidad Social Empresarial: The Millenium Poll on Corporate Social Responsibility; Corporate Social Responsibility-Europe.

Si se considera que la RSE representa un progreso del pensamiento empresarial, la liquidación del adjetivo que da sentido a toda la idea debe considerarse poco menos que una involución.

James Austin, Propone una verdadera estrategia corporativa que parte del compromiso total con la RSE desde la alta dirección empresarial, sin poder delegar; exige la integración de las diferentes áreas de la compañía.

De la contra-argumentación presentada por los autores citados cabe destacar el que se indica que la empresa “tiene” un compromiso (responsabilidad), con ciertos valores sociales, que van a influir en su actuación. Esta forma de considerarlo, parece apuntar a una obligatoriedad de la RSE.

6.1.1 Definiciones de Responsabilidad Social Empresarial de las Empresas. Propuesta realizada para evitar la utilización del término “corporativa” ligado a las grandes corporaciones o grupos de empresas, y para dar cabida a las pequeñas y medianas empresas. Sin embargo, al utilizar el término empresa quedan fuera otro tipo de organizaciones; no obstante está teniendo bastante aceptación. Más apropiado sería, para ser totalmente inclusivo, el utilizar la expresión: Responsabilidad Social de las Organizaciones.

En el seno del Foro de expertos de la Responsabilidad Social de la empresa del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, se ha adoptado la expresión “Responsabilidad Social de las Empresas”; el argumento utilizado es la conveniencia de una terminología que fuese de aplicación a cualquier tamaño de empresa, incluidas las PYMES. Además se recuerda que “corporativa” procede de los términos ingleses “corporation” y “corporate” relativos a las grandes empresas que cotizan. Se indica además que, en América Latina, la RSE es un término absolutamente consolidado. Dada la trascendencia de las decisiones de este foro, es muy probable que, en España, se utilice cada vez más la expresión Responsabilidad Social de las Empresas (RSE).

1. Definición según la ISO: La solución adoptada por ISO¹², para el estándar que está elaborando, es la de denominarla simplemente: Guía de la Responsabilidad Social. La expresión Responsabilidad Social, al estar unida a un estándar (que se ocupa de guiar el desempeño de una empresa u otro tipo de organización), gana en precisión porque de otro modo sería excesivamente genérico

6.2 MARCO CONCEPTUAL

RSE: Responsabilidad Social Empresarial.

GRUPO DE INTERÉS: Conjunto de personas o entidades privadas, reunidas y organizadas por un interés común, con el fin de actuar conjuntamente en defensa de ese interés, así como de hacer conocer sus pretensiones o negociar con otros actores sociales.

ENDOGENO: hace referencia a algo que se origina o nace en el interior o que se origina en virtud de causas internas.

INDICADORES GRI: La Iniciativa del Reporte Global, en inglés Global Reporting Initiative (GRI) es una organización creada en 1997 por la convocatoria de la Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente (CERES) y el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas (PNUMA). El GRI ha desarrollado la “Guía para la elaboración de un informe de sostenibilidad”, cuya primera versión surgió en el 2000, la segunda en el 2002 y la tercera en el 2006. Su misión es mejorar la calidad, rigor y utilidad de los reportes de sustentabilidad para que alcancen un nivel equivalente al de los reportes financieros. Se basa fundamentalmente en la implementación del triple balance (triple bottom line), económico, social y medioambiental¹³.

¹² (International Organization for Standardization - Organización Internacional para la Estandarización). Su nombre ISO significa "igual" en griego. Fue fundada en el año 1946 y unifica a más de cien países. Se encarga de crear estándares o normas internacionales.

¹³ <http://eticagro.org/modules/smartsection/item.php?itemid=36>, Mayo 12 de 2013.

6.3 MARCO JURIDICO

La Responsabilidad Social Empresarial se encuentra estandarizada dentro de la Norma ISO 26000, la cual es una Norma Internacional que da orientación sobre RS. Está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, en los sectores público y privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición. Les ayudará en su esfuerzo por trabajar de la manera socialmente responsable que la sociedad exige cada vez más.

ISO 26000:2010 proporciona orientación sobre los Principios y Materias Fundamentales de Responsabilidad Social que ayudan a integrar un comportamiento socialmente responsable en cualquier organización del sector privado, público y sin fines de lucro, independientemente si son grandes, medianas o pequeñas y operan en países desarrollados o en países en desarrollo.

Otra de las grandes problemáticas relacionadas con el análisis del comportamiento socialmente responsable de las organizaciones, se vincula con la manera más adecuada para evaluar y medir dicho comportamiento, a lo cual Moneva (2005:46) responde de forma categórica: *“a través de las sostenibilidad de las actividades de la organización”*, entendiendo por la sostenibilidad la definición propuesta por la Comisión Brundtland en 1987.¹⁴

Sin embargo, actualmente a nivel mundial existen una serie de herramientas e iniciativas propuestas por distintos autores y organizaciones internacionales, que permiten identificar ámbitos de aplicación y variables de gestión relacionadas con la responsabilidad social de las organizaciones, lo que sin duda facilita la transformación de este concepto en un modelo de gestión concreto que se pueda aplicar a cualquier institución, posibilitando que la responsabilidad social corporativa logre efectivamente el tránsito de un concepto con una fuerte orientación valórica, hacia una serie de herramientas, normas e iniciativas aplicables a la gestión organizacional.

Es importante destacar que con el desarrollo de iniciativas y normas para promover el comportamiento socialmente responsable, coexisten dos principios fundamentales de los procesos de implementación de la responsabilidad social en la gestión organizacional:

¹⁴ La Comisión Brundtland define a la sostenibilidad como “aquel desarrollo que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las propias”.

- ✓ Por un lado, la adopción voluntaria de dichas iniciativas que expresa también el carácter voluntario de la aplicación de la responsabilidad social, y no como una imposición legal.
- ✓ Por otro lado, la necesaria e imprescindible rendición de cuentas y transparencia de las acciones y recursos destinados al desarrollo de un comportamiento socialmente responsable de una organización, respecto de las necesidades e intereses de sus stakeholders, y en el caso específico de la responsabilidad social corporativa interna frente a los trabajadores.

De acuerdo con Berbel (2007:28)¹⁵ existen cuatro tipos de dimensiones o niveles para clasificar las iniciativas que promueven o implementan a la responsabilidad social:

(1) directrices y compromisos de carácter universal ; (2) guías de producción y metodologías de informes y acciones de responsabilidad social corporativa; (3) normas o criterios de gestión y ajuste en la implementación de la responsabilidad social; y por último (4) técnicas y herramientas para medir y gestionar responsablemente.

Esta clasificación nos permite distinguir entre aquellas iniciativas que proporcionan lineamientos para que la organización pueda recabar información de sí misma, en base a ciertas variables planteadas por algunos organismos internacionales, distinguiéndolas de aquellas iniciativas que buscan identificar variables para incorporar a la responsabilidad social como un aspecto dentro de la gestión de cada organización.

Sin embargo, de acuerdo con Guillén (2006:299)¹⁶ es posible identificar dos grandes criterios que permiten clasificar las distintas iniciativas que promueven o implementan la responsabilidad social en la gestión de las organizaciones: (1) instrumentos de gestión para una actuación social ética; (2) instrumentos de gestión para el aseguramiento de una actuación social ética.

¹⁵ Tomado de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1315-85972010000100003&script=sci_arttext; Abril 30 de 2013. Discursos de gestión de recursos humanos presentes en las Iniciativas y Normas de responsabilidad social.

¹⁶ Tomado de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1315-85972010000100003&script=sci_arttext; Abril 30 de 2013. Discursos de gestión de recursos humanos presentes en las Iniciativas y Normas de responsabilidad social.

En el primer criterio, se agrupan los mecanismos o herramientas que permiten gestionar y evaluar las estrategias de responsabilidad social en las organizaciones, tanto en el ámbito interno como externo de la misma . En el segundo criterio, se clasifican herramientas e iniciativas que ponen énfasis en la obtención de certificaciones de calidad ética, gracias al cumplimiento de normas y procedimientos establecidos previamente por una institución externa.

Esta necesidad de “operacionalizar” el concepto de responsabilidad social para que sea aplicable a los procesos de gestión de una organización, es posible obtenerla por medio de iniciativas tales como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, el Libro Verde de la Unión Europea o las Líneas Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), así como por medio de Normas tales como la SA 8000, SGE 21 o el Global Reporting Initiative (GRI).

En el caso de las Normas señaladas anteriormente, se desarrollan como expresión del concepto de auditoría social, que se relaciona directamente con una de las principales características asociadas al comportamiento socialmente responsable de cualquier organización, relativa a su capacidad de rendir cuentas o entregar información a los distintos grupos de interés o stakeholders con los que se relaciona. A continuación, se analizan brevemente algunas de estas propuestas.

6.3.1 Pacto Mundial (Global Compact). Una de las iniciativas existentes en la actualidad, que permite a una organización cumplir con los procesos de rendición de cuentas y auditoría social, asociadas al concepto de responsabilidad social corporativa es el Pacto Mundial (Global Compact) de las Naciones Unidas del año 1999.

Esta iniciativa busca generar un llamado de atención hacia todo tipo de organizaciones, pero especialmente dirigido hacia las empresas, donde se incluyen también por ejemplo a las Instituciones de carácter no gubernamental para construir un mercado más justo, equitativo y con cabida para todos.

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas es una propuesta de tipo normativa, que propone diez principios distribuidos en cuatro grandes áreas: Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Corrupción.

De acuerdo con las Naciones Unidas, el Global Compact ha logrado una rápida y numerosa adhesión por parte de los Estados y múltiples

organizaciones en cada país, que abarca desde Empresas productivas, Instituciones públicas, entidades bancarias, sindicatos, Partidos Políticos, Universidades y ONGs., demostrando que el declararse socialmente responsable no es algo exclusivo de las Empresas sino que muy por el contrario, debiera transformarse en una práctica habitual para cualquier tipo de organización generada por la sociedad.

6.3.2 Global Reporting Initiative (GRI). De acuerdo con Arroyo y Suárez (2006), durante los años noventa se desarrollaron diversos estándares y sistemas de medición del comportamiento socialmente responsable de las organizaciones, especialmente en lo que tiene que ver con la generación de reportes anuales que permiten rendir cuentas a la sociedad, respecto de las acciones que las organizaciones emprenden enmarcadas en el concepto de responsabilidad social.

Respecto de lo anterior, estos autores plantean que uno de los estándares más utilizados para confeccionar memorias de sustentabilidad es el Global Reporting Initiative (GRI), señalando que *“se ha transformado en una guía global para la confección de reportes de sustentabilidad sobre las actividades, productos o servicios de las compañías en su dimensión económica, ambiental y social”*. (Arroyo & Suárez, 2006:88)

En virtud de lo anterior, el GRI nos permite identificar una línea de trabajo preferente en relación con la responsabilidad social en los últimos años, relacionada con los procesos de rendición de cuentas mediante una serie de indicadores, que habitualmente tienen presente la trilogía “bottom line”: económica, social, medioambiental, como los ámbitos principales para proporcionar información del quehacer organizacional.

Además, según Morrós & Vidal (2005:177)¹⁷ el principal propósito de la Guía es la elaboración de memorias de sustentabilidad, caracterizándose por los siguientes aspectos:

- ✓ Ofrece una visión clara del impacto humano y ecológico de la empresa que orienta las decisiones sobre inversiones, compras y alianzas.
- ✓ Proporciona datos fiables a los stakeholders para retroalimentar sus necesidades e intereses, promoviendo el diálogo y la investigación.
- ✓ Ayuda a las organizaciones a evaluar y mejorar constantemente sus

¹⁷ Ibid Pag. 26

acciones y progresos.

- ✓ Presenta la información en un formato de fácil comprensión y comparación con las memorias de sustentabilidad de otras organizaciones.
- ✓ Muestran la relación de los aspectos económico, social y medioambiental que se incluyen dentro del amplio concepto de la sostenibilidad.

En la actualidad, el GRI se encuentra asociado directamente con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, contemplando como áreas principales de análisis a la visión y estrategia de la organización, perfil, estructura de gobierno y sistemas de gerencia, indicadores de la situación económica, medioambiental y social.

A su vez, este reporte se encuentra orientado por una serie de principios (Moneva, 2005; Morrós & Vidal, 2005)¹⁸ que buscan consagrar el modelo de la responsabilidad social:

- ✓ Marco General de la memoria: transparencia, globalidad y auditabilidad.
- ✓ Contenidos de la memoria: exhaustividad, relevancia y contexto de sostenibilidad.
- ✓ Los que dan garantía de calidad y veracidad: precisión, neutralidad y comparabilidad.
- ✓ Acceso a la memoria: periodicidad y claridad.

Finalmente, de acuerdo con Moneva (2005) el aspecto central de la estructura de la Guía⁶ son los indicadores de actuación, que buscan transparentar la forma como la organización sobre la cual se elabora el informe está afectando el desarrollo sostenible, de acuerdo a los ámbitos propuestos por John Elkington en 1997 en el triple bottom line.

6.3.3 El Libro Verde. Desde la perspectiva geográfica del desarrollo de normas e iniciativas, la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) en el denominado “Libro Verde” establece un “Marco Europeo para la responsabilidad social de las empresas”, señalando que en un entorno globalizado se ha comenzado a reconocer a la responsabilidad social como

¹⁸ Ibid Pag. 26.

una situación que puede tener “valor económico directo”.

De esta manera, la Unión Europea reconoce a la responsabilidad social como un activo estratégico en el desarrollo de la estrategia empresarial y la gestión de la misma, por lo que le resultaría rentable económicamente a una empresa desarrollar una gestión socialmente responsable, orientada no solo a objetivos de carácter económico sino que también al logro de objetivos sociales y medioambientales.

De igual forma, el Libro Verde plantea que “ser socialmente responsable” no implica exclusivamente el respeto pleno e irrestricto de la normativa legal vigente, sino que además de eso es necesario que las empresas hacia las cuáles se dirige el marco europeo en comento, realicen esfuerzos aun mayores especialmente invirtiendo en su capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores, como los pilares del modelo europeo de responsabilidad social empresarial.

Además, el Libro Verde establece una situación dicotómica de la responsabilidad social en las organizaciones, señalando la existencia de una dimensión interna orientada a la realización de prácticas socialmente responsables dirigidas hacia los recursos humanos de la empresa, compuesta entre otros aspectos por la gestión de RR.HH., salud y seguridad en el trabajo, gestión del cambio y gestión de los recursos naturales.

6.3.4 Las Directrices de la OCDE. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) plantea desde el año 2000 las “Líneas Directrices para Empresas Multinacionales”, las cuales establecen una serie de 11 normas y principios de carácter voluntario, relativas entre otras materias al respeto de los derechos humanos, contribución al progreso económico, social y medioambiental con vistas a lograr un desarrollo sostenible, generación de capacidades locales mediante la cooperación de la empresa hacia la comunidad, fomento de la formación del capital humano, promoción del conocimiento de las políticas empresariales por parte de los trabajadores, difusión y motivación entre los proveedores y subcontratistas de la empresa para que apliquen las líneas directrices de la OCDE.

Estas líneas directrices se basan, al igual que el Pacto Mundial, en algunas de las declaraciones internacionales más importantes, reconocidas y respetadas a nivel mundial, tales como la Declaración de los principios y derechos fundamentales en el trabajo de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) de 1998 o la Declaración sobre medio ambiente y desarrollo de Río de Janeiro de 1992.

De acuerdo con Fernández (2005)¹⁹ aunque las líneas directrices de la OCDE se dirigen específicamente a las empresas multinacionales, y muy especialmente a sus filiales locales, es posible aplicar dichas directrices a las empresas nacionales e incluso las pequeñas y medianas empresas, lo que sin lugar a dudas muestra la importante capacidad de adaptación de esta propuesta.

Este autor también realiza un especial énfasis en los gobiernos nacionales, para que promulguen y difundan normas y políticas públicas que apoyen el desarrollo sostenible y el bienestar de los ciudadanos, señalando además que *“los gobiernos correspondientes deberán colaborar para eliminar las diferencias entre las leyes nacionales y las directrices de la OCDE para que las recomendaciones de responsabilidad social corporativa establecidas en las directrices tengan alguna posibilidad de éxito”*. (Fernández, 2005:48)

La propuesta de este organismo internacional posee una especial relevancia para orientar a las empresas multinacionales, con presencia en distintos países que estén suscritos a las líneas directrices de la OCDE, debido a la posible existencia de normativas contradictorias al momento de operar en dichos territorios, especialmente en aquellos lugares donde la legislación laboral en particular, y el marco legal en general es manifiestamente débil y permisivo con los abusos laborales.

6.3.5 La Norma SA 8000. Otra de las normas existentes para evaluar aspectos relacionados con la responsabilidad social corporativa es la Norma SA 8000 (Social Accountability), que fue creada por la Social Accountability Internacional (SAI) en el año 1997, y se encuentra compuesta por cuatro grandes aspectos: Propósito y ámbito de aplicación, elementos normativos y su aplicación, definiciones y requerimientos de responsabilidad social.

Esta norma es uniforme y auditable ya que es aplicada por terceros actores, lo que permite obtener una certificación por tres años, enfocándose principalmente en aspectos internos del concepto de responsabilidad social, especialmente en lo referido al mejoramiento de la situación laboral y las malas condiciones de trabajo, eliminación de las discriminaciones y la desigualdad al interior de las empresas, y el fomento del desarrollo integral de las personas en la organización.

¹⁹ Ibid. Pag. 26.

De acuerdo con Morrós & Vidal (2005:156)²⁰, el estándar SA 8000 “*tiene por objetivo definir un conjunto de normas generales y auditables por una entidad externa sobre la protección de los derechos de los trabajadores*”, reconociendo la fuerte influencia que tiene en su estructura los postulados de las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), así como las declaraciones de derechos humanos de 1948 y la convención de los derechos de la infancia de 1989 de las Naciones Unidas.

La situación anterior es confirmada por Fuentes García et al (2006:160), quienes señalan que la Norma SA 8000 posee una fuerte connotación legalista, que tiene como punto de partida “*el que la empresa a acreditar debe cumplir con la legislación nacional y cualquier otro derecho aplicable*”, señalando además que deben respetarse entre otros instrumentos internacionales:

- ✓ Convenios de la OIT 29 y 105 (trabajos forzados y esclavitud).
- ✓ Convenio 87 de la OIT (Libertad de asociación).
- ✓ Convenio 98 de la OIT (Derecho de negociación colectiva).
- ✓ Convenios 100 y 111 de la OIT (igualdad de remuneración para hombres y mujeres que realizan trabajos de igual valor. Discriminación).
- ✓ Convenio 135 OIT (Convenio sobre representantes de los trabajadores).
- ✓ Convenio 138 y Recomendación 146 de la OIT (edad mínima y recomendación)
- ✓ Convenio 155 y Recomendación 164 de la OIT (Seguridad y salud en el trabajo).
- ✓ Convenio 159 de la OIT (Rehabilitación vocacional y empleo / personas discapacitadas).
- ✓ Convenio 177 de la OIT (Trabajo doméstico).
- ✓ Declaración Universal de los Derechos Humanos.
- ✓ Convenio de las Naciones Unidas sobre los derechos de los niños.

En cuanto a los requerimientos de responsabilidad social estipulados por esta

²⁰ Ibid Pag. 26.

Norma, existe coincidencia con algunos de los aspectos planteados por el Pacto Global y el Libro Verde, considerando indicadores sobre trabajo infantil, salud y seguridad en el trabajo, eliminación de trabajos forzados, libertad de asociación y derecho de negociación colectiva, sistemas de compensaciones y medidas disciplinarias.

7. ASPECTOS METODOLOGICOS

7.1 TIPO DE ESTUDIO

El tipo de estudio a utilizar es el Descriptivo, debido a que este se centra en Recolectar datos que describan la situación tal y como se este presentando la situación actual de la Organización en lo concerniente a la Implementación y Puesta en marcha de la Responsabilidad Social Empresarial.

Un **estudio descriptivo** es un tipo de metodología a aplicar para deducir un bien o circunstancia que se esté presentando; se aplica describiendo todas sus dimensiones, en este caso se describe el órgano u objeto a estudiar. Este estudio descriptivo se centra en recolectar datos que describan la situación tal y como es, en este caso se creo una malla de trabajo, donde de plasmaron los objetivos organizacionales y las estrategias como se cumplirán, en esta forma desde los ámbitos Económico, Ambiental y Social, analizando los aspectos Negativos.

7.2 METODO DE INVESTIGACION

El método utilizado es la triangulación metodológica, ya que se requiere de la interpretación de los empleados de la cámara para que dieran la información respecto los aspectos negativos de las estrategias a desarrollar, en los ámbitos sociales, económicos y ambientales, así como se recolecto una serie de datos con cada uno de los empleados que se encuentran inmersos dentro del Direccionamiento Estratégico.

8. PRESENTACION DE LA EMPRESA

8.1 SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD

8.1.1 objetivo de nuestro sistema de gestión de la calidad. Buscar con el compromiso y participación del talento humano, la permanente satisfacción de nuestros clientes, fundamentado en la filosofía del mejoramiento continuo e innovación.

8.1.2 Alcance. El Sistema de Gestión de la Calidad de la Cámara de Comercio de Palmira aplica a las siguientes actividades: Servicio de Registros Públicos: Certificación, Inscripción de Actos y Libros; Formación y Capacitación Empresarial; Información y Orientación Empresarial; Métodos alternativos de Solución de Conflictos en Conciliación

Los numerales de la norma ISO 9001:2008 que se excluyen para la Cámara de Comercio de Palmira se relacionan a continuación:

- **Numeral 7.3. Diseño y Desarrollo:** En la Cámara de Comercio de Palmira los Registros Públicos y Métodos Alternativos para la Solución de Conflictos son reglamentados por el Estado por lo tanto son diseños estatales preestablecidos. Los demás servicios corresponden a actividades de prestación de servicios formales que no requieren un diseño particular para cada cliente.
- **Numeral 7.5.2. Validación de los Procesos de la Producción y de la Prestación del Servicio:** La Cámara de Comercio de Palmira mide y realiza seguimiento permanentemente a las operaciones y resultados de los procesos involucrados en la prestación del servicio por lo tanto esta medición se excluye para los servicios de Registros Públicos. Este numeral aplica para el servicio de Formación y Capacitación Empresarial, Información y Orientación Empresarial, Métodos Alternativos de Solución de Conflictos teniendo en

cuenta que la verificación de estos procesos solo se puede realizar posterior a la entrega del servicio.

- **Numeral 7.5.4. Propiedad del Cliente:** Aplica a los procesos de Registros Públicos, Planeación de la Organización (lo concerniente a afiliados), Orientación Empresarial Especializada y Métodos Alternativos de Solución de Conflictos. Se excluyen los procesos: Reserva y adecuación de salones y Realización de eventos, porque para la prestación de estos servicios no se recibe ningún bien o producto del cliente. En este requisito se contempla el almacenamiento de la información entregada en custodia por el cliente.
- **Numeral 7.6. Control de los Dispositivos de Seguimiento y de Medición:** Para el seguimiento y medición la Cámara de Comercio de Palmira no utiliza dispositivos o equipos físicos por lo tanto este numeral se excluye para la entidad.

8.1.3 Estructura por procesos. La estructura de procesos de la Cámara de Comercio se clasifica en:

Procesos de Dirección: los cuales tienen por objetivo entregar los lineamientos y orientación de la entidad.

Procesos de Valor: tienen por objetivo definir la gestión de las operaciones que impactan directamente al cliente

Procesos de Apoyo: son los encargados de entregar el soporte a los procesos de valor para facilitar su ejecución.

La interacción entre los procesos del Sistema de Gestión de la Calidad se muestra en el Grafico 2.

ESTRUCTURA POR PROCESOS



Grafico 2. Mapa de procesos.

8.2 POLITICA DE CALIDAD

La Política de Calidad de la Cámara de Comercio de Palmira está basada en la búsqueda continua del mejoramiento de nuestros servicios enmarcados en las líneas estratégicas de administración de los registros públicos; gestión cívica, social y cultural; competitividad y desarrollo regional; desarrollo empresarial; y vocería y representación con parámetros de responsabilidad social empresarial y control interno, para ello nos comprometemos a cumplir con los requisitos de nuestros clientes y del mismo sistema de gestión de la calidad. Teniendo como base nuestra misión, nos proyectamos como una organización que promueve la transformación de la región en un territorio innovador, sostenible y competitivo con programas, servicios y proyectos que son desarrollados por un grupo humano

competente que cuenta con un ambiente de trabajo agradable, estabilidad laboral y oportunidad de desarrollo personal y profesional..

8.2.1 Objetivos de calidad.

- ✓ Registrar actos, documentos y expedir los certificados correspondientes de manera oportuna y precisa, haciendo uso de los medios logísticos y de infraestructura más adecuados para una buena atención a los usuarios.
- ✓ Aumentar la satisfacción de nuestros clientes.
- ✓ Asegurar la calidad de los servicios certificados con la norma ISO 9001:2008, mediante el control de sus procesos y el mejoramiento continuo.
- ✓ Facilitar a la comunidad en general el servicio de solución de conflictos de manera oportuna, con profesionales reconocidos y de competencia acreditada.
- ✓ Promover el desarrollo del talento humano y fortalecer sus competencias. Aumentar la satisfacción del cliente interno.
- ✓ Ofrecer formación empresarial que permita la actualización o aprendizaje de nuestros clientes de acuerdo a sus necesidades y requerimientos.
- ✓ Cumplir con los objetivos organizacionales de nuestras líneas estratégicas para alcanzar la visión de nuestro direccionamiento estratégico.
- ✓ Ofrecer información y orientación empresarial a nuestros clientes de forma clara y oportuna, de acuerdo a sus necesidades y requerimientos.

- ✓ Medir, divulgar y rendir cuentas frente a nuestros grupos de interés en relación con el desempeño de la organización con respecto al objetivo del desarrollo sostenible.
- ✓ Evaluar periódicamente la gestión del riesgo con respecto a los controles existentes en el sistema cameral de control interno.

8.3 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

En el año 2011 las Cámaras de Comercio de Colombia, como gremio que representa el sector empresarial, nos congregamos alrededor de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio – CONFECAMARAS para ajustar nuestra estrategia de cara al reto que tiene nuestro país con la transformación productiva y competitiva.

En este importante ejercicio, se determinó que el tema dominante de las Cámaras de Comercio para la próxima década es propiciar la competitividad y el desarrollo regional a través del fortalecimiento de las mismas como instituciones y la representación proactiva del sistema cameral ante el Estado en temas de competitividad, formalización, emprendimiento e innovación empresarial.

Lo anterior nos situó a formular y a presentar el nuevo enfoque estratégico que la Cámara de Comercio de Palmira adoptará para el siguiente cuatrienio donde seremos una Institución que promoverá la transformación de la región en un territorio innovador, sostenible y competitivo.

8.4 MODELO DE GESTION

A continuación se ilustra la conexión entre la Visión, Misión, Objetivos Organizacionales, Líneas Estratégicas con el Sistema de Gestión de Calidad.



Grafico 3: Modelo de Gestión.

8.4.1. Visión. Consolidarnos como la Institución más representativa que promueve la transformación de la región en un territorio innovador, sostenible y competitivo.

8.4.2. Misión. Somos una organización de derecho privado, de carácter corporativo, gremial y sin ánimo de lucro, integrada por los empresarios de Palmira, Pradera, Florida y Candelaria, a quienes les brindamos a través de los registros públicos seguridad jurídica y respaldo legal de sus actividades mercantiles.

Contribuimos al fortalecimiento del sector empresarial y a promover el desarrollo económico, ambiental, cultural y social para hacer de nuestra región un lugar competitivo y mejorar la calidad de vida.

Somos una organización comprometida con la calidad de nuestros servicios, la responsabilidad social empresarial y la innovación tecnológica, con un talento humano, ético, eficiente y calificado.

8.4.3 Valores institucionales. Para lograr las lealtades planteadas en nuestra Misión, los Colaboradores nos apoyamos en el cumplimiento de nuestros Valores Institucionales que son:

- **RESPONSABILIDAD Y COMPROMISO:** Surge de la convicción personal en torno a los beneficios que trae el desempeño responsable de las tareas a cargo. En nuestras operaciones la responsabilidad y el compromiso nos permite pasar de las promesas a los hechos, generando resultados y beneficios tangibles.
- **SOLIDARIDAD:** Colaboramos mutuamente para conseguir el bien común, el cual persigue una causa noble y justa orientada a hacer frente a los problemas y necesidades de la comunidad.
- **HONESTIDAD:** Realizamos todas las actividades y operaciones con transparencia y rectitud. Surge de la convicción del personal en trabajar siempre dentro del marco de la ley, velando que las acciones y decisiones que se tomen sean legales.
- **RESPECTO:** Es garantizar una convivencia sana y pacífica. Se refleja en que escuchamos, entendemos y valoramos al otro, buscando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y hacia la comunidad.
- **ESTABILIDAD LABORAL Y FAMILIARIDAD:** Es ofrecer siempre a los colaboradores un ambiente de trabajo seguro donde se estimule la comunicación abierta. Nos sentimos capaces de concentrarnos en los resultados y en crear un buen ambiente de trabajo, escuchando, acordando objetivos comunes e invitando a otros a hacer aportaciones.

- **SERVICIO:** Refleja la vocación y el gusto propio por la asistencia a los demás. Es la realización de nuestra labor acorde con las características de calidad, cantidad y oportunidad anunciadas.

8.4.4. Principios de responsabilidad social.

- **TRANSPARENCIA:** Todos los servicios y actuaciones se realizan de forma abierta, limpia y honesta.
- **RESPONSABILIDAD:** Cumplimos con nuestros deberes en forma comprometida y con pleno conocimiento.
- **INTEGRIDAD:** Actuamos en forma coherente y justa.
- **CALIDAD:** Nuestro compromiso es la mejora continua y la satisfacción de cliente.
- **COLABORACIÓN:** Nuestra cultura organizacional se fundamenta en el trabajo en equipo.

8.4.5. Líneas estratégicas



Grafico 4. Líneas estratégicas

8.5 TABLERO DE MANDO DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO 2012 – 2015

						Alto	Medio	Bajo	Fecha: _____			
						😊	😐	😞				
LÍNEA ESTRATÉGICA DE VALOR	OBJETIVO ORGANIZACIONAL	TIPO	INDICADOR	FÓRMULA	META	ESTAD O	FRECUENCIA DE MEDICIÓN	2012-1	2012-2			
Administración de los Registros Públicos	Mayor eficiencia, calidad y cobertura.	CUMPLIMIENTO	Índice de masificación de los servicios registrales (IMR)	Acciones implementadas	85%	75%	Anual					
				Total acciones plan de trabajo								
			Nivel de utilización del Archivo Físico (UAF)	Acciones implementadas	85%	100%	Anual					
				Total acciones plan de trabajo								
	Promocionar los beneficios de los registros públicos	CUMPLIMIENTO	Nivel de fortalecimiento del programa de simplificación de trámites (FST)	Acciones implementadas	85%	100%	Anual					
				Total acciones plan de trabajo								
			Índice de formalidad (IF)	Acciones implementadas	85%	100%	Anual					
				Total acciones plan de trabajo								
Certificar Costumbres Mercantiles	CUMPLIMIENTO	Índice de compilación de nuevas costumbres mercantiles (CCM)	Acciones implementadas	85%	100%	Anual						
			Total acciones plan de trabajo									
Gestión Cívica Social y Cultural	Contribuir en la construcción de una cultura ciudadana plural y participativa, orientada hacia el interés general y el desarrollo sostenible	CUMPLIMIENTO	Índice de impacto en la ciudadanía con respecto al cuidado de lo público	Acciones implementadas	85%	100%	Anual					
				Total acciones plan de trabajo								
			nivel de interacción con el observatorio de seguridad, convivencia y cultura ciudadana	Acciones implementadas	85%	100%	Anual					
				Total acciones plan de trabajo								
	Auspiciar diferentes manifestaciones artísticas y culturales	CUMPLIMIENTO	Índice del Impacto cultural en los municipios	Acciones implementadas	85%	100%	Anual					
				Total acciones plan de trabajo								
	Promover la cultura de la conciliación	CUMPLIMIENTO	Índice de ampliación de cobertura del Centro de Conciliación	Acciones implementadas	85%	25%	Anual					
				Total acciones plan de trabajo								
Competitividad y Desarrollo Regional	Promover condiciones favorables para que la región sea más competitiva y por ende mejore el clima de negocios y facilite la transformación productiva	CUMPLIMIENTO	Nivel de cooperación en el desarrollo de las agendas de competitividad	Acciones implementadas	85%	33.3%	Anual					
				Total acciones plan de trabajo								
			Nivel de aprovechamiento de la información social y económica para la toma de decisiones	Acciones implementadas	85%	97.9%	Anual					
				Total acciones plan de trabajo								
			Nivel de contribución en la toma de decisiones publicas en búsqueda de mejorar los entornos socioeconomicos de la zona de influencia de la entidad	Acciones implementadas	85%	100%	Anual					
				Total acciones plan de trabajo								
Desarrollo Empresarial	Contribuir al desarrollo empresarial ofreciendo herramientas que permitan lograr una mayor productividad y competitividad de las empresas, basados en la formalidad, emprendimiento, innovación y responsabilidad social	CUMPLIMIENTO	Nivel de acompañamiento al sector empresarial mostrando oportunidades comerciales en mercados nacionales e internacionales	Acciones implementadas	85%	100%	Anual					
				Total acciones plan de trabajo								
			Índice de promoción en practicas de RSE	Acciones implementadas	85%	74%	Anual					
				Total acciones plan de trabajo								
			Índice de incremento en los niveles de productividad en las mipymes debido a la implementación de programas y sistemas de gestión de diseño e innovación.	Acciones implementadas	85%	100%	Anual					
				Total acciones plan de trabajo								
Vocería y Representación	Representar los intereses de la comunidad empresarial y general ante el gobierno y terceros	CUMPLIMIENTO	Índice de desarrollo economico y social de la region	Acciones implementadas	85%	100%	Anual					
				Total acciones plan de trabajo								
	Liderar alianzas, proyectos, programas y acciones que conduzcan al progreso integral de la región con criterios de buen gobierno.	CUMPLIMIENTO	Nivel de generacion de proyectos estrategicos de desarrollo regional	Acciones implementadas	85%	100%	Anual					
				Total acciones plan de trabajo								
	LÍNEA ESTRATÉGICA DE SOPORTE											
	Sostenimiento y Mejora Corporativa	Sostener y mejorar continuamente los sistemas de gestión y de control con criterios de Responsabilidad Social Empresarial	CUMPLIMIENTO	Índice de fortalecimiento de los sistemas de gestion	Acciones implementadas	85%	100%	Anual				
				Total acciones plan de trabajo								
Renovar y posicionar la imagen de la Cámara de Comercio aumentando el grado de conocimiento de sus acciones, programas y servicios		CUMPLIMIENTO	Índice de mejoramiento de la imagen de la institucion	Acciones implementadas	85%	100%	Anual					
				Total acciones plan de trabajo								
Gestión Administrativa y de soporte	Velar por la disponibilidad de los recursos económicos, humanos, locativos, logísticos y tecnológicos para facilitar el logro de los objetivos organizacionales	CUMPLIMIENTO	Nivel de desarrollo en tecnologías de información	Acciones implementadas	85%	100%	Anual					
				Total acciones plan de trabajo								
			Índice de mejoramiento continuo de la seguridad de la información y de la seguridad informática	Acciones implementadas	85%	70%	Anual					
				Total acciones plan de trabajo								
			Nivel de competencia e innovación del personal de la entidad	Acciones implementadas	85%	97.9%	Anual					
				Total acciones plan de trabajo								
			Nivel de respuesta a las necesidades de infraestructura locativa y de logística en la sede Palmira	Acciones implementadas	85%	100%	Anual					
				Total acciones plan de trabajo								

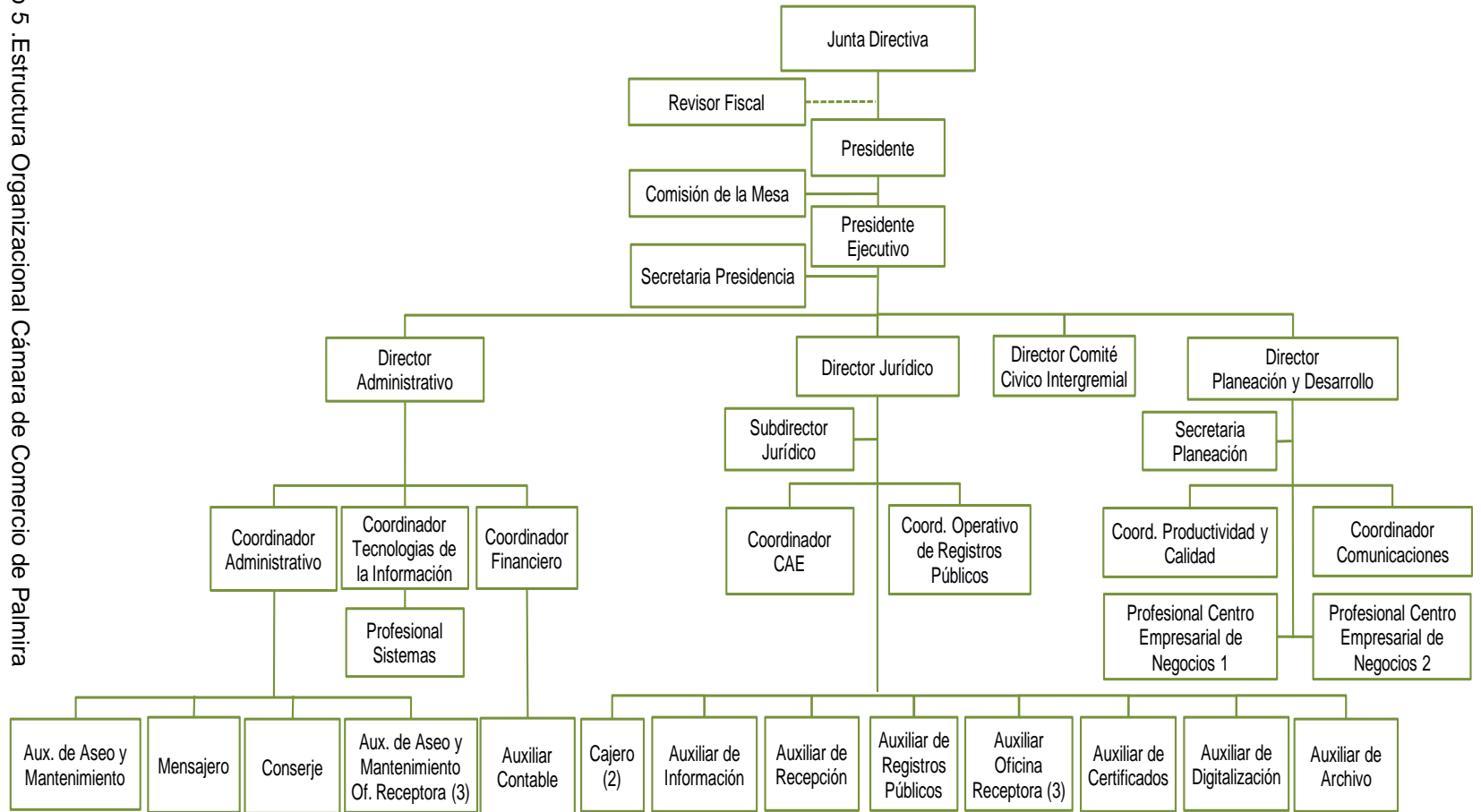
Tabla 1. Tablero de mando direccionamiento estratégico 2012 – 2015

El tablero de mando del Direccionamiento Estratégico se encuentra dividido en dos Líneas Estratégicas, la de Valor y la de Soporte, las cuales cuentan con los procesos de la cámara, en la Línea de Valor tenemos Administración de los Registros Públicos, Gestión cívica, social y cultural, competitividad y desarrollo regional, desarrollo empresarial, vocería y representación y en la Línea de Soporte tenemos los procesos de Sostenimiento y Mejora Corporativa y Gestión

Administrativa y de Soporte, todos a su vez cuentan con unos Objetivos Organizacionales los cuales tienen una frecuencia de medición Anual, aunque semestralmente se revisa como va el cumplimiento de los mismos, en caso de que se deba modificar algo dentro del proceso para dar cumplimiento al objetivo al momento de realizar la medición anual.

Este cuadro de mando sirve a los jefes de proceso y a la Dirección para tomar decisiones enfocadas al cumplimiento de los objetivos organizacionales de la Cámara de Comercio de Palmira.

Gráfico 5 .Estructura Organizacional Cámara de Comercio de Palmira



9. MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

9.1 COMPONENTES

9.1.1 Componente I. Sensibilización de RSE y difusión de resultados. El propósito de este componente era sensibilizar a los diferentes agentes dentro de la Cámara de Comercio de Palmira, sobre la importancia de la RSE y difundir los resultados del Programa.

9.1.2 Componente II. Creación y consolidación de oferta local. El propósito de este componente era desarrollar la capacidad local de oferentes de servicios de RSE y transferir el conocimiento sobre RSE a líderes de procesos y agentes afines al Programa. Para ello, se realizaron las siguientes actividades: capacitación de consultores a través de un diplomado.

9.1.3 Componente III. Implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial El propósito de este componente era la aplicación de prácticas de RSE dentro de las empresas creando incentivos que promovieran el compromiso para adoptarlas. Además, se pretendía desarrollar la metodología de los temas de RSE dentro de la gestión y estrategia de las empresas, basado en los seis temas principales. Esto se logró a partir de las siguientes actividades: Aplicación de la metodología, Desarrollo de indicadores y evaluación en grupo piloto, Realización de diagnóstico en cada participante, Definición plan estratégico de RSE para cada objetivo organizacional, Implantación de prácticas de RSE y Realización de evaluaciones de seguimiento y resultados.

9.1.4 Componente IV. Desarrollo de un sistema de seguimiento y evaluación de riesgo corporativo El propósito de este componente era generar un mecanismo para que la adopción de prácticas de RSE fuera un factor que mejorara el acceso al crédito y a las pólizas de seguro.

9.2 INDICADORES GRI

9.2.1 ¿ Que es y para que sirve una Memoria GRI²¹? Una memoria de sostenibilidad deberá proporcionar una imagen equilibrada y razonable del desempeño en materia de sostenibilidad por parte de la organización informante, e incluirá tanto contribuciones positivas como negativas.

²¹ Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad,
<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G3.1-Complete.pdf>, Mayo 10 de 2013.

Las memorias de sostenibilidad que se basan en el Marco de elaboración de memorias del GRI presentan los resultados que se han obtenido dentro del correspondiente periodo informativo, atendiendo a los compromisos, la estrategia y el enfoque directivo adoptado por la organización. Las memorias se pueden utilizar, entre otros, para los siguientes propósitos:

Los indicadores GRI, miden cinco tipos de indicadores como son el Indicador de Desempeño Ambiental, el Indicador del desempeño de Practicas Laborales y Ética de Trabajo, Indicador de Desempeño de Derechos Humanos, Indicadores del Desempeño de Sociedad y el Indicador de desempeño de Responsabilidad; cada uno de estos indicadores se encuentran subdivididos en los siguientes Aspectos:

✓ **Indicadores del Desempeño Ambiental**

- Aspectos Materiales: EN1 – EN2
- Aspecto Energía: EN3 – EN7
- Aspecto Agua: EN8 – EN10
- Aspecto Biodiversidad: EN11 – EN15
- Aspecto Emisiones, Vertidos y Residuos: EN16 – EN25
- Aspecto Productos y Servicios: EN26 – EN27
- Aspecto Cumplimiento Normativo: EN28
- Aspecto Transporte: EN29
- Aspecto General: EN 30

✓ **Indicadores del Desempeño de Practicas Laborales y Ética de Trabajo**

- Aspecto Empleo: LA1 – LA3
- Aspecto Relaciones Empresa / Trabajadores: LA4 – LA5
- Aspecto Salud y Seguridad en el Trabajo: LA6 – LA9
- Aspecto Formación y Educación: LA10 – LA12
- Aspecto Diversidad e Igualdad de Oportunidades: LA13 – LA14

✓ **Indicadores del Desempeño de Derechos Humanos**

- Aspecto Practica de Inversión y Abastecimiento: HR1 – HR3
- Aspecto No Discriminación: HR4
- Aspecto Libertad de Asociación y Convenios Colectivos: HR5
- Aspecto Explotación Infantil: HR6
- Aspecto Trabajos Forzados: HR7
- Aspecto Practicas de Seguridad: HR8
- Aspecto Derechos de los Indígenas: HR9

✓ **Indicadores del Desempeño de Sociedad**

- Aspecto Comunidad: SO1
- Aspecto Política Publica: SO2 – SO4
- Aspecto Política Publica: SO5 – SO6
- Aspecto Comportamiento de comportamiento desleal: SO7
- Aspecto Cumplimiento Normativo: SO8.

✓ **Indicadores de Desempeño de la Responsabilidad**

- Aspecto Salud y Seguridad del Cliente: PR1 – PR2
- Aspecto Etiquetado de Productividad y Servicios: PR3 – PR5
- Aspecto Comunicaciones de Marketing: PR6 – PR7
- Aspecto de Privacidad del Cliente: PR8
- Aspecto Cumplimiento Normativo: PR9

9.3 INDICADORES DE LA CAMARA DE COMERCIO DE PALMIRA

EC1: Valor económico directo generado y distribuido, incluidos ingresos, costes de explotación, retribución a los empleados y donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y gobiernos.

Componente	2011	2012	\$ Var 2011-2012	% Var 2011-2012
Valor económico directo generado en Millones de Pesos				
Ingresos	\$ 2.940.132.779	\$ 3.053.869.905	\$ 113.737.126	4%
Valor económico distribuido				
Gastos de Funcionamiento	\$ 1.459.359.246	\$ 1.536.472.526	\$ 77.113.280	5%
Salarios y Beneficios de Empleados	\$ 1.170.131.656	\$ 1.313.060.124	\$ 142.928.468	12%
Pagos a Gobiernos	\$ 89.796.085	\$ 67.735.123	\$ (22.060.962)	-25%
Total	\$ 2.719.286.987	\$ 2.917.267.773	\$ 197.980.786	7%
Diferencia	\$ 220.845.792	\$ 136.602.132	\$ (84.243.660)	-38%

Tabla. 2 Indicador GRI EC1.

La anterior tabla permite evidenciar que los Ingresos de la Cámara de Comercio de Palmira aumentaron un 4% y su valor económico distribuido presentó un incremento de un 7%, dándonos como resultado final una decremento del 38% entre la diferencia del valor económico directo generado para el 2011 y el valor económico distribuido para el mismo año, con respecto a los mismos rubros para el año 2012.

EC2: Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.

Valor Ejecutado en Programas Orientados a los Empresarios y a la Comunidad en 2012		
Metodos alternativos para la solució de conflictos	\$ 3.652.900	1%
Gestión Cívica Social y cultural	\$ 35.033.995	5%
Donaciones u otras inversiones a la comunidad	\$ 36.885.000	5%
Mejoramiento del Entorno y la Competitividad	\$ 79.339.503	11%
Promoción del Comercio	\$ 107.283.676	15%
Desarrollo Empresarial	\$ 445.297.038	63%
	\$ 707.492.112	100%

Tabla. 3 Indicador GRI EC2. Valor ejecutado en programa orientados a los empresarios y a la comunidad en 2012

Se realizaron inversiones en los programas orientados a empresarios y a la comunidad por un valor de \$707.492.112, donde se destino el 63% para Desarrollo empresarial, seguido por Promoción y comercio con un 15%, Mejoramiento del entorno y la competitividad con un 11%, seguido de Gestión cívica social y cultural y Donaciones u otras inversiones a la comunidad con un 5% respectivamente y por ultimo con un 1% Métodos alternativos para la solución de conflictos.

EC5: Rango de las relaciones entre el salario estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.

Salario en pesos colombianos / mes	2009	2010	2011	2012
Salario mínimo legal	496.900	515.000	535.600	566.700
Salario mínimo de la empresa	496.900	520.000	560.000	588.000
Salario máximo de la empresa	8.087.000	8.382.000	8.667.000	9.084.000
Salario promedio	1.636.300	1.638.194	1.742.966	1.753.000

Tabla. 4 Indicador GRI EC5

Se ha presentado Incremento anual en los salarios de los empleados de la Cámara de Comercio de Palmira, donde el salario promedio es de \$1.753.000.

EC8: Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructura y los servicios prestados principalmente para el beneficio publico mediante compromisos comerciales, pro bono o en especie.

Inversiones en infraestructura	2009	2010	2011	2012
Sede Candelaria		\$ 590.665.209	\$ 94.719.623	\$ 2.059.393
Sede Florida	\$ 387.135.225			\$ 280.714
Sede Pradera	\$ 438.396.028			\$ 280.714
Total	\$ 825.531.253	\$ 590.665.209	\$ 94.719.623	\$ 2.620.821

Tabla. 5 Indicador GRI EC8

Para el año 2012 se realizó una inversión considerable en la sede de Candelaria, seguido de las inversiones iguales realizadas en la sede de florida y pradera, con esto se evidencia la preocupación de la Cámara de Comercio de Palmira por brindar instalaciones adecuadas y cómodas a sus empresarios y visitantes.

EN1: Materiales utilizados por peso o volumen.

VARIABLE	2009	2010	2011	2012
Consumo de Papel (Kg)	1.791	3.192	2.181	1.737
Consumo de Toner	69	50	67	82
Consumo Productos de Aseo y Cafeteria	\$ 13.351.467	\$ 12.411.457	\$ 11.227.000	\$ 13.667.012

Tabla. 6 Indicador GRI EN1

Para el año 2012 en relación con el año 2011, se evidencia una disminución en el Consumo de Papel del 20% y un incremento del 22% tanto del consumo de toner como del consumo de productos de Aseo y Cafetería.

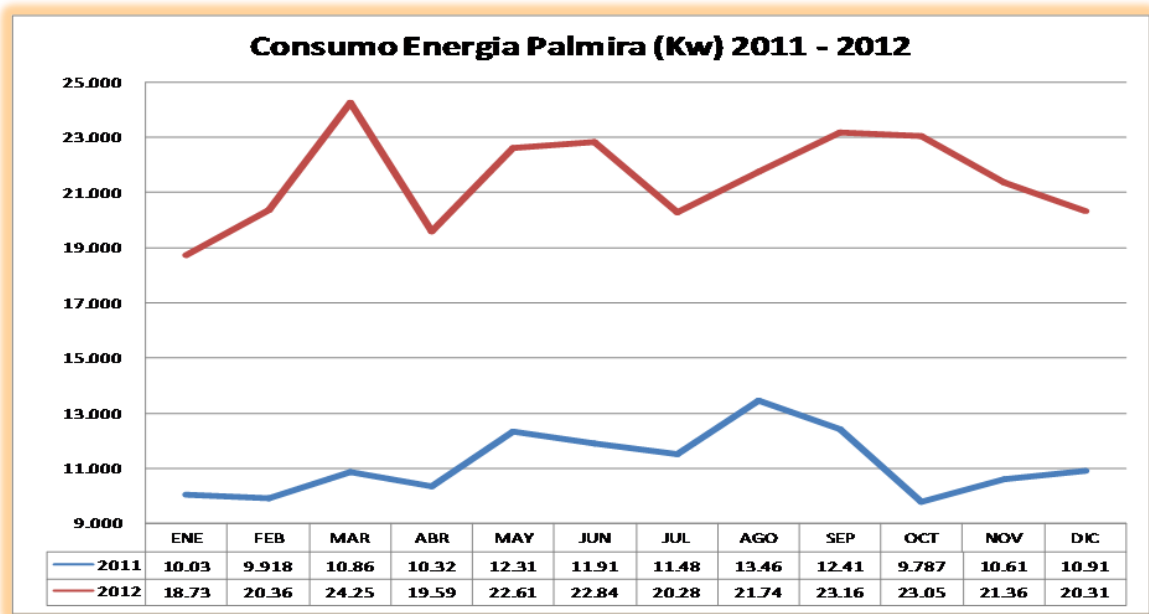


Grafico 6. Consumo Energía Palmira 2011 - 2012

Se presentan incrementos en todos los meses, comparado con el mismo mes en el año anterior, durante el año 2012 se presentan picos, especialmente para el mes de marzo que es donde se deben hacer las renovaciones de matrícula y un descenso notable para el mes de diciembre, en comparación el consumo del año 2012 vs el consumo del año 2011 aumento un 48%

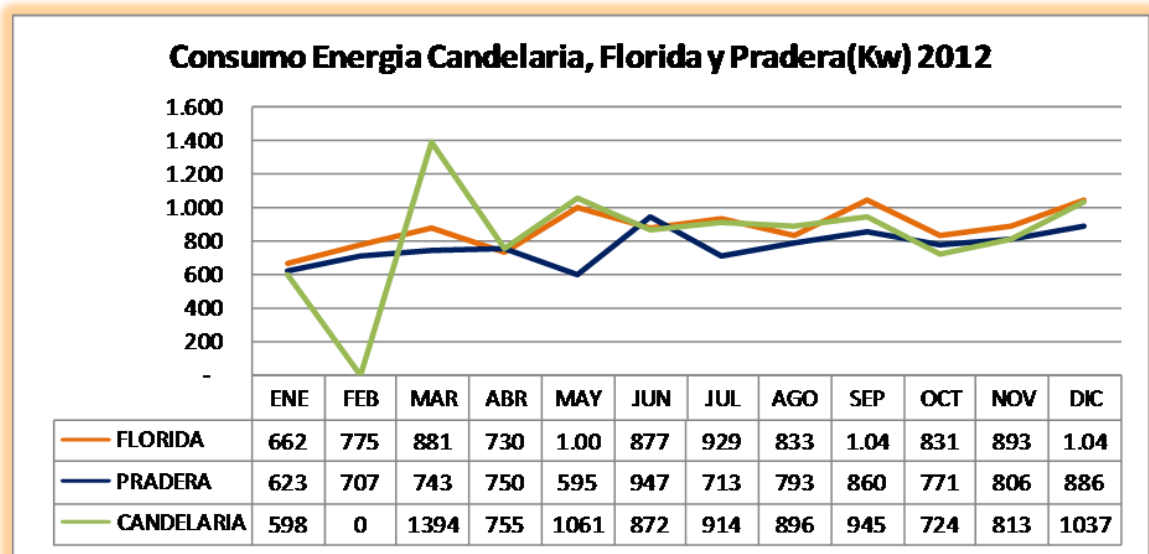


Grafico 7. Consumo Energía Candelaria, Florida y Pradera 2012

Al observar esta grafica, se observa como el comportamiento de Candelaria con Florida es similar exceptuando los meses de febrero y marzo donde se observa un declive y un incremento en candelaria, esto se debe a que este mes no leyeron el consumo y por eso dio cero (0) y el mes siguiente se duplico. En pradera se nota que el consumo se encuentra por debajo de los consumos de los otros municipios.

EN8: Captación total de agua por fuentes

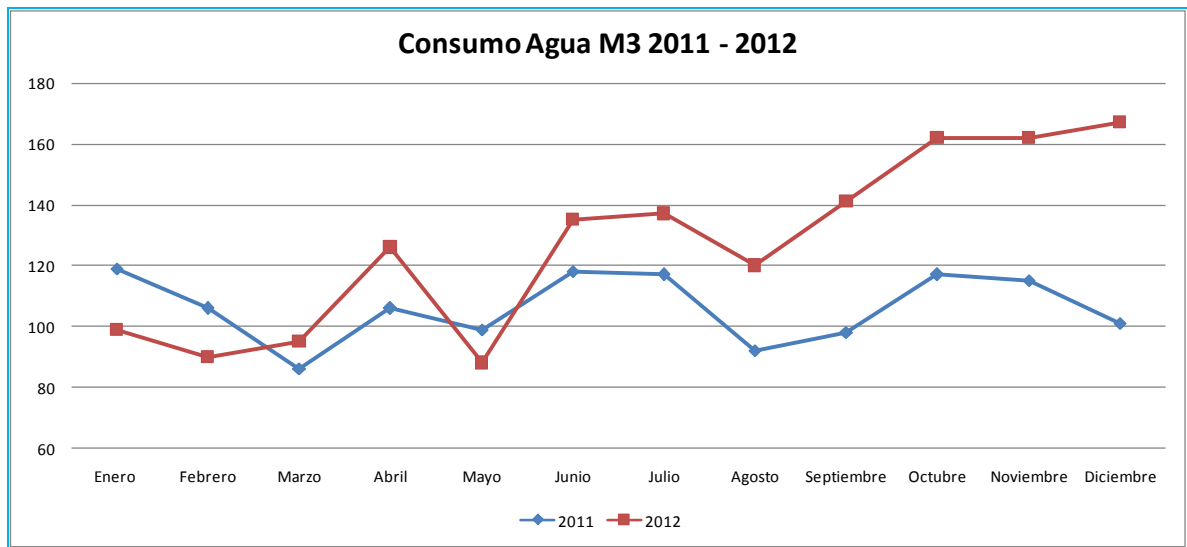


Grafico 8. Captación total de agua por fuentes.

En el grafico anterior observamos los comportamientos de los consumo de agua. Durante el primer semestre del año 2012 y 2011, hubo una oscilación constante entre los consumos de un año con respecto al otro, ya para el segundo semestre del 2012 se presenta un incremento constante en el consumo.

LA1: Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato.

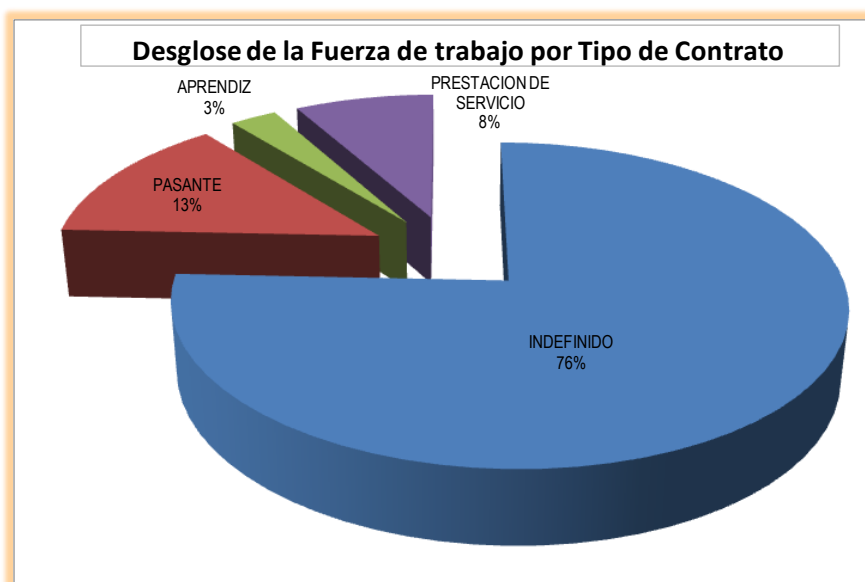


Gráfico 9. Desglose de la Fuerza de trabajo por tipo de contrato.

En cuanto a los tipos de contratación que maneja la Cámara de Comercio de Palmira, se encuentra que el 78% del personal de la cámara de comercio de Palmira, tienen contrato indefinido, seguido por el 13% que tienen contrato de pasantía, seguido por el 8% que tienen tipo de contrato por prestación de servicio y el 3% de contrato de aprendizaje. Esta información es el consolidado de las sedes de Florida, Pradera, Candelaria y la Sede principal de Palmira; cabe mencionar que toda la información de las sedes se consolida en la sede principal.

DESGLOSE DE LA FUERZA DE TRABAJO						
Grupos de Trabajo	2010		2011		2012	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
JEFES DE DEPARTAMENTO	2	1	3	1	2	1
ADMINISTRATIVO	5	5	6	5	5	6
PLANEACION	2	3	2	3	1	6
JURIDICO	2	10	3	11	3	10
COMITÉ CIVICO INTERGREMIAL	N/A	N/A	1	0	1	
PASANTES	1	3	3	2	2	1
APRENDIZ DEL SENA	0	1	0	1		1
PERSONAL DE APOYO					1	1
TOTAL	12	23	18	14	15	26

Tabla 7. Desglose de la fuerza de trabajo por Grupos de Trabajo.

Se observa un incremento en las mujeres dentro de la organización, y una disminución entre el genero masculino, incrementándose en algunos procesos por una persona.

LA2: Numero total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.

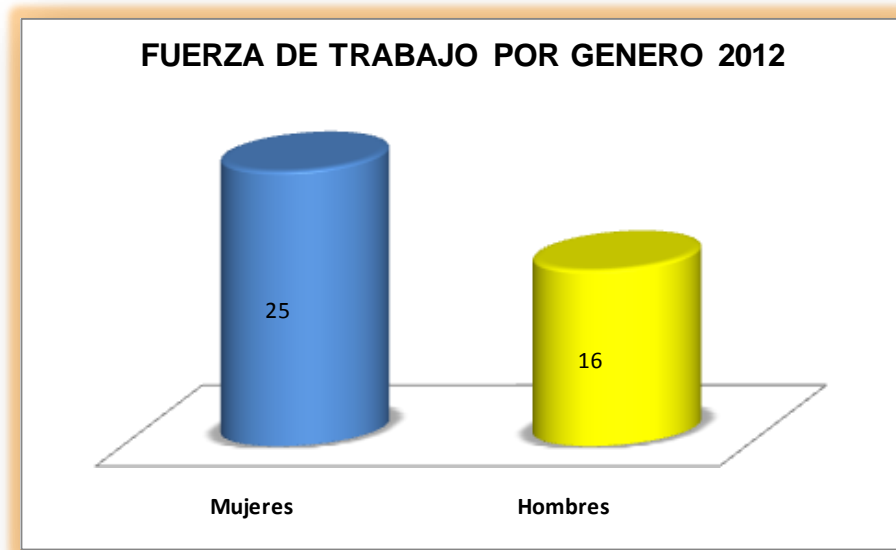


Grafico 10 .Fuerza de trabajo por genero 2012.

Al igual que en el tabla anterior, se nota un claro incremento en las mujeres, donde el 61% pertenece a este genero, mientras que el 39% restante son hombres. Lo cual nos permite entrever como la cámara de comercio de Palmira, brinda condiciones de estabilidad a sus empleados, sin distinción de genero.

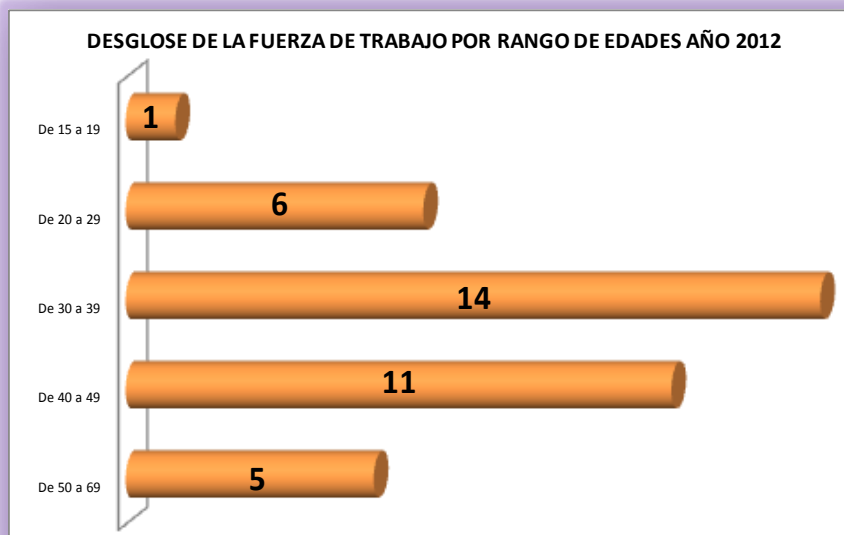


Grafico 11 .Desglose de Fuerza de Trabajo por Rango de Edades año 2012.

Los empleados de la cámara de comercio de Palmira se encuentran distribuidos porcentualmente de la siguiente manera, el 3% son empleados de 15 a 19 años, el 16% los empleados de 20 a 29 años, el 38% de los empleados son de 30 a 39 años, siendo este el mayor porcentaje, el 30% corresponde a empleados de 40 a 49 años y por ultimo los empleados con edades de los 50 a los 69 equivalen al 14% de las edades de los empleados de la Cámara de Comercio de Palmira.

LA3: Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.

ACTIVIDAD	2009	2010	2011	2012
Campañas de Integracion				36
Campañas de Sensibilizacion		97	34	63
Capacitacion ARP		10	34	
Capacitacion Manejo de Tensionmetro y Termometro				36
Fechas Especiales				137
Exámenes de Optometria		62	55	
Integracion Fin de Año	29	65	65	36
Jornada de Integracion y Recreacion	30	30	30	36
Jornada de Salud		35		72
Realizacion del Panorama de Riesgos de cada impcde ñps üestros de trabajo CCP				36
Tamizaje Cardio - Vascular				36
TOTAL	59	299	218	488

Tabla. 8 Indicador GRI LA3

En la tabla anterior se relacionan las Actividades y/o campañas realizadas en pro de los empleados de la cámara de comercio de Palmira, preocupándose por su salud y estabilidad emocional, consciente de que al final esto repercutirá en su desempeño laboral.

LA7: Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y numero de victimas mortales relacionadas con el trabajo.

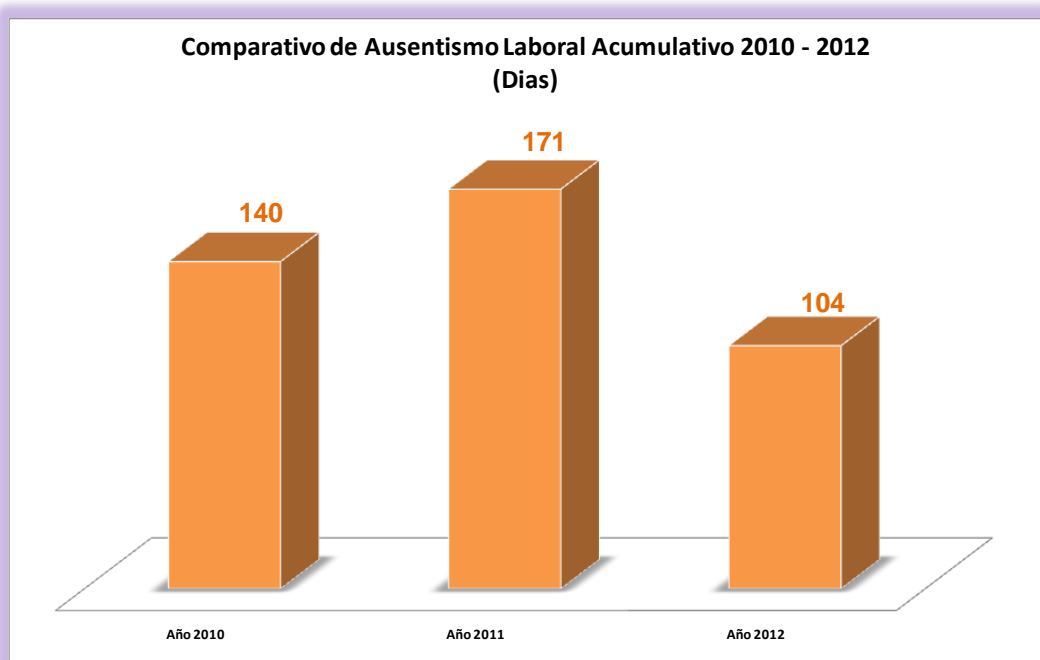


Grafico 12. Indicador GRI LA7. Comparativo de Ausentismo

Para este caso se consolida la información de las 3 sedes en la sede principal, donde se concluye que según la proporción del año 2012 con respecto al año 2011, disminuyeron las horas de ausentismo de 171 en el 2011 a 104 en el 2012. Esta disminución se debe gracias al control que se esta ejerciendo a las incapacidades, donde se verifica el soporte medico de la incapacidad. Cabe mencionar que toda la información de las sedes se consolida en la sede principal.

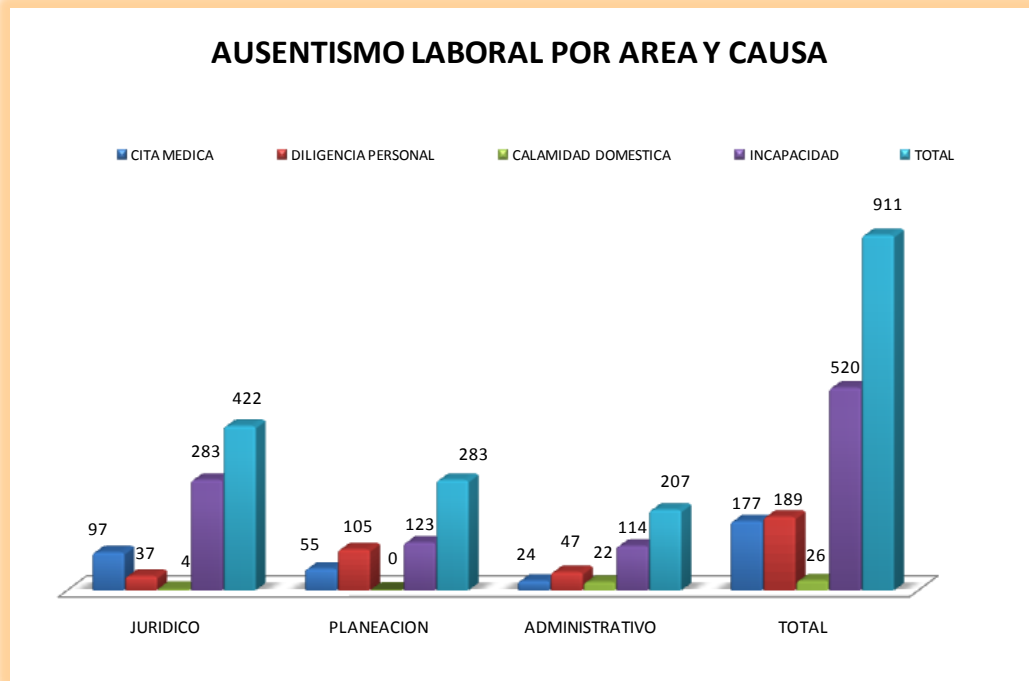


Grafico 13. Indicador GRI LA7 Ausentismo Laboral por Área y Causa.

El proceso con mayor Ausentismo es el de Jurídico por incapacidades, seguido por planeación en Diligencias personales, se debe revisar detalladamente los casos de mayor incidencia para contrarrestarlos.

LA10: Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.

HORAS DE FORMACION AL AÑO DESGLOSADO POR CATEGORIA DE EMPLEADO								
	2009		2010		2011		2012	
Cargo	Parcipientes por Cargo	Horas por Cargo	Parcipientes por Cargo	Horas por Cargo	Parcipientes por Cargo	Horas por Cargo	Parcipientes por Cargo	Horas por Cargo
Directivo	28	366	48	214	33	270	20	224
Coordinador	14	89	23	107	17	165	42	575
Operativo	81	647	56	263	62	520	43	777
Total General	123	1102	127	584	112	955	105	1576

Tabla. 9 Indicador GRI LA10. Horas de Formación al año desglosado por Categoría de Empleado.

Las horas de formación para los empleados incrementó para el año 2012 por la capacitación que se dio en Auditorías de Icontec.

LA11: Programa de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoye en la gestión del final de sus carreras profesionales.

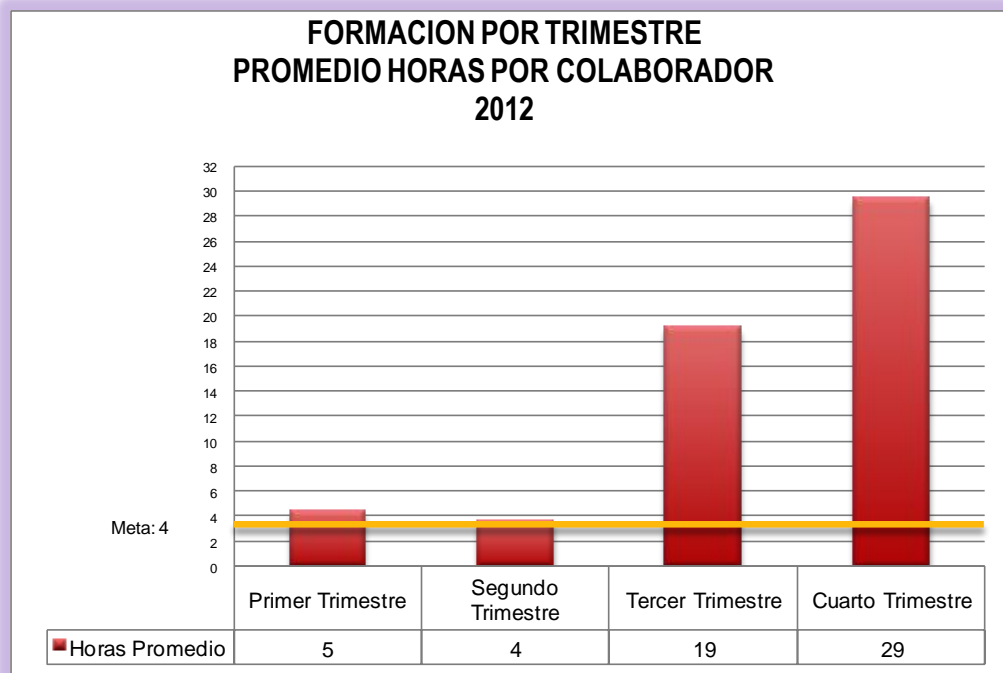


Grafico 14 Indicador GRI LA11 Formación por Trimestre.

Los cuatro trimestres cumplieron con la meta de horas promedio de capacitación por trimestre. Los dos primeros trimestres son bajos en cuanto a capacitación, porque durante el primer trimestre se encuentra el personal en vacaciones y durante el segundo están en proceso de renovación, las capacitaciones se programan para los dos últimos trimestres por considerar que son los adecuados para la capacitación del personal, sin perjudicar las actividades diarias de la Camara de Comercio de Palmira.

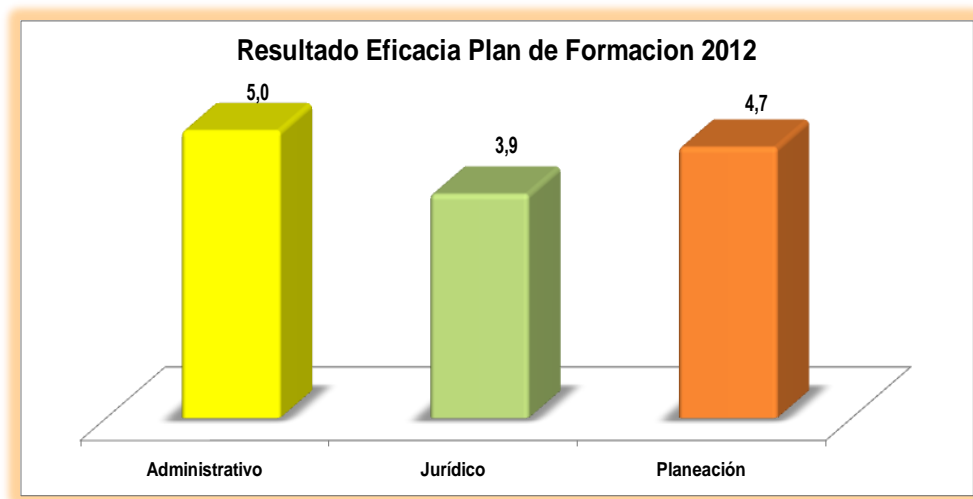


Grafico 15 Indicador GRI LA11 Resultado Eficacia Plan de Formación 2012.

En cuanto a la Eficacia del Plan de Formación encontramos primero el Área Administrativo con un 5.0, seguido del Departamento de Planeación con un 4.7, seguido del Departamento Jurídico con un 3.9.

SO1: Naturaleza, alcance y efectividad de programa y practicas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.

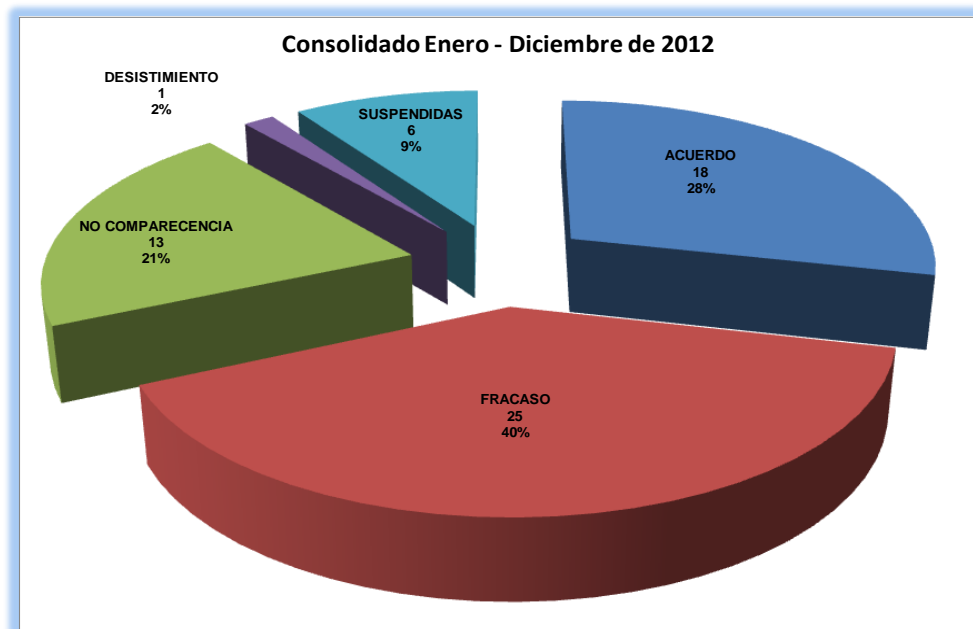


Grafico 16 Indicador GRI SO1 Consolidado Enero – Diciembre de 2012..

En cuanto a los procesos de conciliación encontramos que el 40% de los inscritos quedan en Fracaso, mientras que un 28% llegan algún Acuerdo, el 21% no Comparecen ambas partes o alguna de las mismas, el 9% son suspendidas y el 2% restante desisten.

9.4 PARTICIPACION DE LOS GRUPOS DE INTERES

La Cámara de Comercio de Palmira es consciente de la relación que existe con todos los grupos de interés y la necesidad de crear un entorno estable, mediante una relación abierta y transparente con todos ellos, que permite a la organización progresar a corto, mediano y largo plazo.

A continuación se expone la identificación de los grupos de interés por áreas.

GOBIERNO CORPORATIVO	Junta Directiva. Estado Entes de Control Medios de comunicación
ORGANIZACIÓN INTERNA	Colaboradores.
BIENES Y SERVICIOS CLIENTES	Comerciantes informales Comerciantes formales Afiliados. Comunidad Artística y Cultural Sociedad Civil
PROVEEDORES Y ALIADOS ESTRATEGICOS	Alcaldías municipales. Entes públicos Asocamaras. Confecamaras. Proexport. Ficitec - Cesó

	Conferencistas. Conciliadores. Fundación Progresamos.
MEDIO AMBIENTE	Autoridades Nacionales Autoridades locales y regionales Comunidades (vecindario) Comités Ambientales
COMUNIDAD	Instituciones no gubernamentales de Apoyo Social. Veedurías Ciudadanas.

Tabla. 10 Grupos de Interés.

La Cámara de Comercio de Palmira ha establecido como método para la identificación y priorización de sus grupos de interés el presentado por la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio – CONFECAMARAS en su programa de Responsabilidad Social Empresarial COMPROMETERSE.

COMPROMETERSE contempla la identificación de los grupos de interés teniendo en cuenta tres variables: el poder, la legitimidad y la urgencia de los mismos. Si el grupo de interés identificado tiene estos tres parámetros debe considerarse como un grupo de interés definitivo (es decir que es relevante para la organización y se deben priorizar sus expectativas). Sobre esta metodología la Cámara de Comercio de Palmira construyó su mapa multi-relacional donde ha clasificado sus grupos de interés definitivos que son los que se han sido relacionados anteriormente.

El proceso de inclusión de los grupos de interés se ha dado a través de diferentes instancias, por normatividad el Estado, Entes de Control, Comerciantes y Afiliados son grupos de interés considerados definitivos. Así mismo, los estudios de imagen, encuestas de satisfacción, el censo empresarial e interacción propia han permitido establecer contacto directo con nuestros grupos de interés e identificar sus expectativas e inquietudes con el actuar de la Cámara de Comercio de Palmira.

9.5 DIAGNOSTICO DE LA RSE CON BASE EN LA ISO 26000

La Responsabilidad Social Empresarial es un camino que permite generar equidad social y oportunidades para todas las personas y en este caso Empresarios. Cámara de Comercio de Palmira viene desarrollando diferentes acciones para cumplir con sus objetivos y contribuir al desarrollo social de Palmira y por ende de Colombia.

El proyecto busca la generación de impacto en diferentes grupos de interés de la sociedad civil, con miras a instalar la Responsabilidad Social Empresarial, como un elemento que permita mejorar los índices sociales, pero también los económicos y ambientales de la ciudad y de la región..

Materia Fundamental	Prácticas	Calificación (Para calificar despliegue el menu de cada casilla)
Gobernanza de la organización	1 La empresa tiene explícito unos valores que orientan el cumplimiento de su misión y su visión	Nivel de Desarrollo Avanzado: los programas y acciones emprendidos por la empresa se encuentran en una etapa de mejora e institucionalizados en la empresa
	2 La empresa cuenta con una estructura o proceso para la toma de decisiones estratégicas	Nivel de Desarrollo Avanzado: los programas y acciones emprendidos por la empresa se encuentran en una etapa de mejora e institucionalizados en la empresa
	3 La empresa promueve prácticas de Buen Gobierno para el logro de sus objetivos	Nivel de Desarrollo Avanzado: los programas y acciones emprendidos por la empresa se encuentran en una etapa de mejora e institucionalizados en la empresa
	4 La empresa tiene una política/directriz o lineamiento de Responsabilidad Social	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
Derechos humanos (DDHH)	5 La empresa identifica, previene y aborda los impactos reales o potenciales sobre los derechos humanos	Nivel de Desarrollo Medio: la empresa ha ejecutado algunas acciones o programas que responden a esta práctica
	6 La empresa posee una matriz de riesgos frente a los derechos humanos	Nivel de Desarrollo Nulo: la empresa no ha desarrollado ninguna iniciativa de esta práctica
	7 La empresa promueve un comportamiento ético y respetuoso, previniendo la complicidad en la violación de derechos humanos	Nivel de Desarrollo Medio: la empresa ha ejecutado algunas acciones o programas que responden a esta práctica
	8 La empresa establece mecanismos claros y disponibles para solucionar conflictos o reclamaciones con sus grupos de interés	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	9 La empresa apoya iniciativas para promover el trabajo con personas o grupos vulnerables	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	10 La empresa desarrolla mecanismos para la defensa de los derechos civiles y políticos y prevenir, denunciar y sancionar todo tipo de acoso	Nivel de Desarrollo Avanzado: los programas y acciones emprendidos por la empresa se encuentran en una etapa de mejora e institucionalizados en la empresa
	11 La empresa cuenta con unos compromisos de respeto a los derechos económicos, sociales y culturales de su comunidad local de influencia	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	12 La empresa tiene procedimientos explícitos para la defensa de los derechos laborales y evitar el trabajo infantil en su cadena de contratistas y proveedores	Nivel de Desarrollo Nulo: la empresa no ha desarrollado ninguna iniciativa de esta práctica
Prácticas laborales	13 La empresa promueve relaciones laborales justas e iniciativas para asegurar la igualdad de oportunidades de todos sus trabajadores	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	14 La empresa impulsa condiciones de trabajo decente y calidad de vida de los trabajadores	Nivel de Desarrollo Avanzado: los programas y acciones emprendidos por la empresa se encuentran en una etapa de mejora e institucionalizados en la empresa
	15 La empresa implementa mecanismos para intercambiar, consultar o negociar asuntos de interés común con sus trabajadores	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	16 La empresa tiene procedimientos para analizar y controlar los riesgos a la salud y la seguridad derivados de sus actividades	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	17 La empresa proporciona a todos los trabajadores acceso a la formación de nuevas habilidades y competencias prácticas para su desarrollo profesional	Nivel de Desarrollo Avanzado: los programas y acciones emprendidos por la empresa se encuentran en una etapa de mejora e institucionalizados en la empresa
El medio ambiente	18 La empresa cuenta con un procedimiento para prevenir la contaminación del ambiente	Nivel de Desarrollo Nulo: la empresa no ha desarrollado ninguna iniciativa de esta práctica
	19 La empresa implementa medidas de eficiencia en los recursos para reducir el uso de energía, agua y otros recursos	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	20 La empresa tiene identificadas las fuentes directas e indirectas de acumulación de emisiones de gases de efecto invernadero	Nivel de Desarrollo Nulo: la empresa no ha desarrollado ninguna iniciativa de esta práctica
	21 La empresa adelanta acciones para proteger la biodiversidad y cuidar sus ecosistemas cercanos	Nivel de Desarrollo Medio: la empresa ha ejecutado algunas acciones o programas que responden a esta práctica
Prácticas justas de operación	22 La empresa desarrolla iniciativas para promover la lucha contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno	Nivel de Desarrollo Avanzado: los programas y acciones emprendidos por la empresa se encuentran en una etapa de mejora e institucionalizados en la empresa
	23 La empresa promueve relaciones responsables y transparentes con las autoridades del poder público para prevenir prácticas corruptas	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	24 La empresa ofrece información suficiente sobre los contenidos de sus productos/servicios para evitar involucrase en conductas anti-competencia	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	25 La empresa promueve la adopción de prácticas de responsabilidad social en su cadena de proveedores	Nivel de Desarrollo Nulo: la empresa no ha desarrollado ninguna iniciativa de esta práctica
	26 La empresa garantiza el uso legal de productos y servicios en las actividades que desarrolla evitando la piratería y falsificación	Nivel de Desarrollo Avanzado: los programas y acciones emprendidos por la empresa se encuentran en una etapa de mejora e institucionalizados en la empresa
Asuntos de consumidores	27 La empresa tiene un proceso de mercadeo con información completa, clara y respetuosa para los consumidores	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	28 La empresa informa a sus clientes y consumidores sobre los modos de uso, almacenamiento y desecho de sus productos para evitar daños a la salud y seguridad	Nivel de Desarrollo Nulo: la empresa no ha desarrollado ninguna iniciativa de esta práctica
	29 La empresa promueve productos de alta calidad con una vida útil más larga, fácilmente reutilizables y disposición final adecuada	Nivel de Desarrollo Medio: la empresa ha ejecutado algunas acciones o programas que responden a esta práctica
	30 La empresa desarrolla mecanismos claros para atender inquietudes, quejas y reclamos de clientes y consumidores	Nivel de Desarrollo Avanzado: los programas y acciones emprendidos por la empresa se encuentran en una etapa de mejora e institucionalizados en la empresa
	31 La empresa tiene un procedimiento riguroso para la obtención, uso y protección de la información de sus clientes	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	32 La empresa promueve iniciativas de responsabilidad social en sus servicios y productos, propendiendo por el derecho a la satisfacción de las necesidades básicas	Nivel de Desarrollo Medio: la empresa ha ejecutado algunas acciones o programas que responden a esta práctica
	33 La empresa verifica que la información que entrega a su consumidor cumple con todos los derechos y obligaciones pertinentes, educando a los consumidores frente a sus productos y servicios	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	34 La empresa consulta a grupos de la comunidad para determinar actividades de desarrollo y posibles inversiones sociales	Nivel de Desarrollo Bajo: la empresa tiene dentro de su planeación realizar acciones o programas que contengan esta práctica, pero no ha pasado a nivel de ejecución
Participación activa y desarrollo de la comunidad	35 La empresa promueve acciones que fomentan la educación y la cultura en las comunidades donde ejerce su influencia directa	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	36 La empresa impulsa programas de generación de empleo local y desarrollo de habilidades para la comunidad	Nivel de Desarrollo Medio: la empresa ha ejecutado algunas acciones o programas que responden a esta práctica
	37 La empresa contribuye al desarrollo de tecnologías de la información y la comunicación que ayudan a solucionar necesidades sociales en las comunidades donde opera	Nivel de Desarrollo Medio: la empresa ha ejecutado algunas acciones o programas que responden a esta práctica
	38 La empresa compra productos y servicios a los proveedores locales y además contribuye a su desarrollo y fortalecimiento	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	39 La empresa promueve hábitos y estilos de vida saludables en las comunidades de influencia	Nivel de Desarrollo Nulo: la empresa no ha desarrollado ninguna iniciativa de esta práctica
	40 La empresa hace alianzas con otras organizaciones con el fin de maximizar recursos en iniciativas orientadas a mejorar asuntos sociales de la vida en comunidad	Nivel de Desarrollo Avanzado: los programas y acciones emprendidos por la empresa se encuentran en una etapa de mejora e institucionalizados en la empresa

Tabla 11. Cuestionario para diagnosticar la RSE

9.5.1 Gobernanza de la organización

Materia Fundamental		Prácticas	Calificación (Para calificar despliegue el menu de cada casilla)
Gobernanza de la organización	1	La empresa tiene explícito unos valores que orientan el cumplimiento de su misión y su visión	Nivel de Desarrollo Avanzado: los programas y acciones emprendidos por la empresa se encuentran en una etapa de mejora e institucionalizados en la empresa
	2	La empresa cuenta con una estructura o proceso para la toma de decisiones estratégicas	Nivel de Desarrollo Avanzado: los programas y acciones emprendidos por la empresa se encuentran en una etapa de mejora e institucionalizados en la empresa
	3	La empresa promueve prácticas de Buen Gobierno para el logro de sus objetivos	Nivel de Desarrollo Avanzado: los programas y acciones emprendidos por la empresa se encuentran en una etapa de mejora e institucionalizados en la empresa
	4	La empresa tiene una política/directriz o lineamiento de Responsabilidad Social	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión

Tabla 12 . Gobernanza de la Organización.

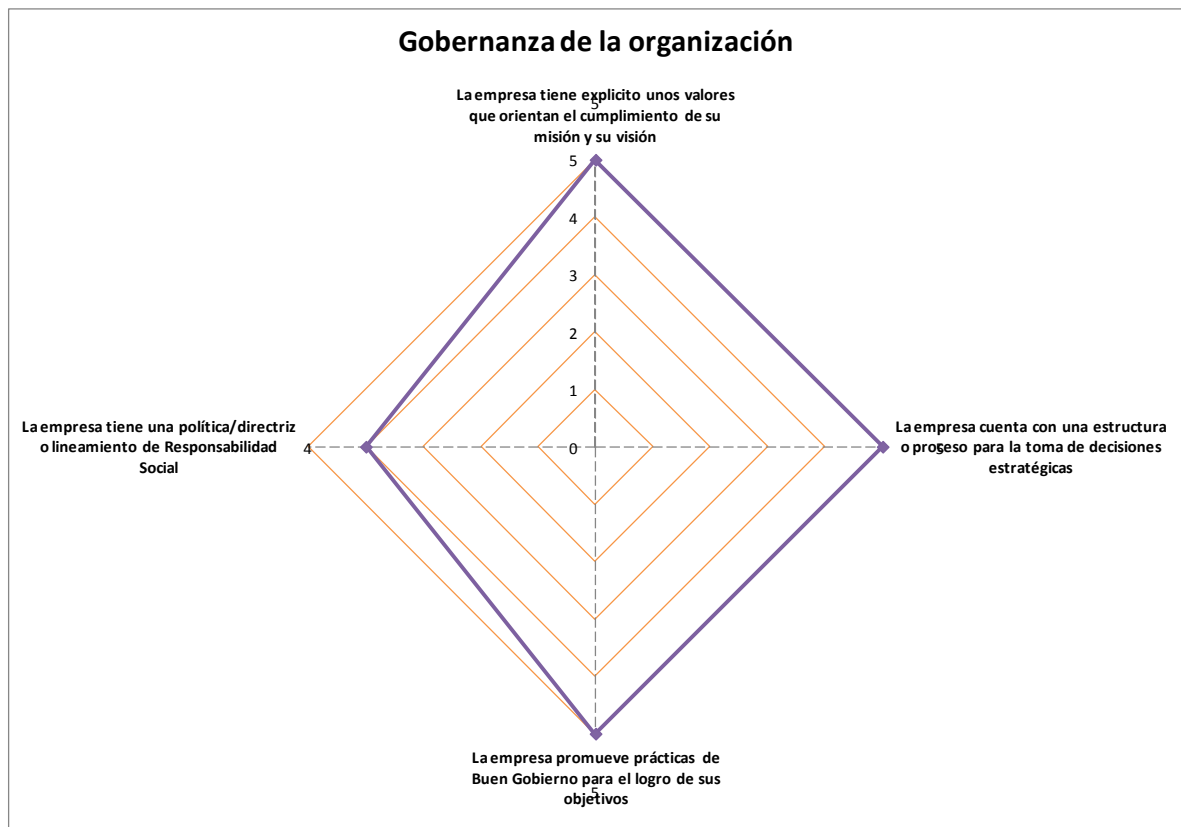


Grafico 17. Gobernanza de la Organización.

Dentro del Direccionamiento estratégico que tiene la Cámara de Comercio de la Ciudad de Palmira, cuenta con una Misión y una visión previamente establecida y basada en su valores y objetivos. Dentro de estos lineamientos realiza su proceso de toma de decisiones y practicas de buen gobierno.

Dentro de su proceso de aprendizaje de RSE, se están terminando de definir procedimientos y directrices para el cumplimiento de la misma.

9.5.2. Derechos Humanos

Materia Fundamental		Prácticas	Calificación (Para calificar despliegue el menu de cada casilla)
Derechos humanos (DDHH)	5	La empresa identifica, previene y aborda los impactos reales o potenciales sobre los derechos humanos	Nivel de Desarrollo Medio: la empresa ha ejecutado algunas acciones o programas que responden a esta práctica
	6	La empresa posee una matriz de riesgos frente a los derechos humanos	Nivel de Desarrollo Nulo: la empresa no ha desarrollado ninguna iniciativa de esta práctica
	7	La empresa promueve un comportamiento ético y respetuoso, previniendo la complicidad en la violación de derechos humanos	Nivel de Desarrollo Medio: la empresa ha ejecutado algunas acciones o programas que responden a esta práctica
	8	La empresa establece mecanismos claros y disponibles para solucionar conflictos o reclamaciones con sus grupos de interés	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	9	La empresa apoya iniciativas para promover el trabajo con personas o grupos vulnerables	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	10	La empresa desarrolla mecanismos para la defensa de los derechos civiles y políticos y prevenir, denunciar y sancionar todo tipo de acoso	Nivel de Desarrollo Avanzado: los programas y acciones emprendidos por la empresa se encuentran en una etapa de mejora e institucionalizados en la empresa
	11	La empresa cuenta con unos compromisos de respeto a los derechos económicos, sociales y culturales de su comunidad local de influencia	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	12	La empresa tiene procedimientos explicitos para la defensa de los derechos laborales y evitar el trabajo infantil en su cadena de contratistas y proveedores	Nivel de Desarrollo Nulo: la empresa no ha desarrollado ninguna iniciativa de esta práctica

Tabla 13. Derechos humanos.

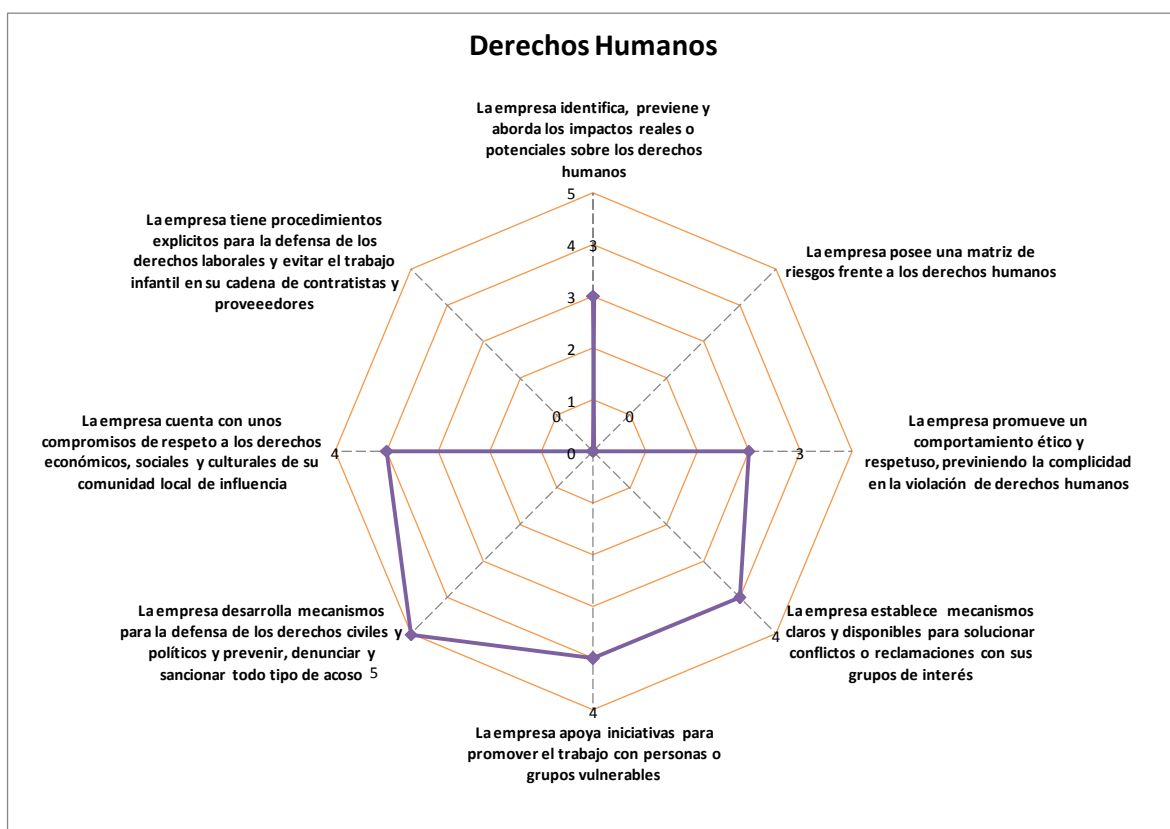


Grafico 18. Derechos humanos.

En Derechos Humanos, La Cámara de Comercio de Palmira cuenta con un comité encargado de controlar el acoso laboral en cualquiera de sus modalidades, este comité fue previamente escogido por todos los empleados de cámara y deberá salvaguardar los intereses de los mismos. Dentro de su proceso de aprendizaje de RSE se encuentra definiendo estrategias para solucionar cualquier tipo de conflicto o reclamación con sus grupos de interés, al igual que el respetar los derechos económicos, sociales y culturales de su comunidad local de influencia.

La cámara de comercio no cuenta con una matriz de riesgo que permita contrarrestar y/o regular los Derechos Humanos, ni procedimientos explícitos para la defensa de los Derechos laborales y en contra del trabajo infantil. Aunque por conocimiento de Ley no permita el desempeño de menores de edad, a menos de que sea por un contrato de aprendizaje y previa autorización de sus padres.

9.5.3 Practicas laborales

Materia Fundamental		Prácticas	Calificación (Para calificar despliegue el menu de cada casilla)
Prácticas laborales	13	La empresa promueve relaciones laborales justas e iniciativas para asegurar la igualdad de oportunidades de todos sus trabajadores	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	14	La empresa impulsa condiciones de trabajo decente y calidad de vida de los trabajadores	Nivel de Desarrollo Avanzado: los programas y acciones emprendidos por la empresa se encuentran en una etapa de mejora e institucionalizados en la empresa
	15	La empresa implementa mecanismos para intercambiar, consultar o negociar asuntos de interes común con sus trabajadores	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	16	La empresa tiene procedimientos para analizar y controlar los riesgos a la salud y la seguridad derivados de sus actividades	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	17	La empresa proporciona a todos los trabajadores acceso a la formación de nuevas habilidades y competencias practicas para su desarrollo profesional	Nivel de Desarrollo Avanzado: los programas y acciones emprendidos por la empresa se encuentran en una etapa de mejora e institucionalizados en la empresa

Tabla 14. Practicas Laborales

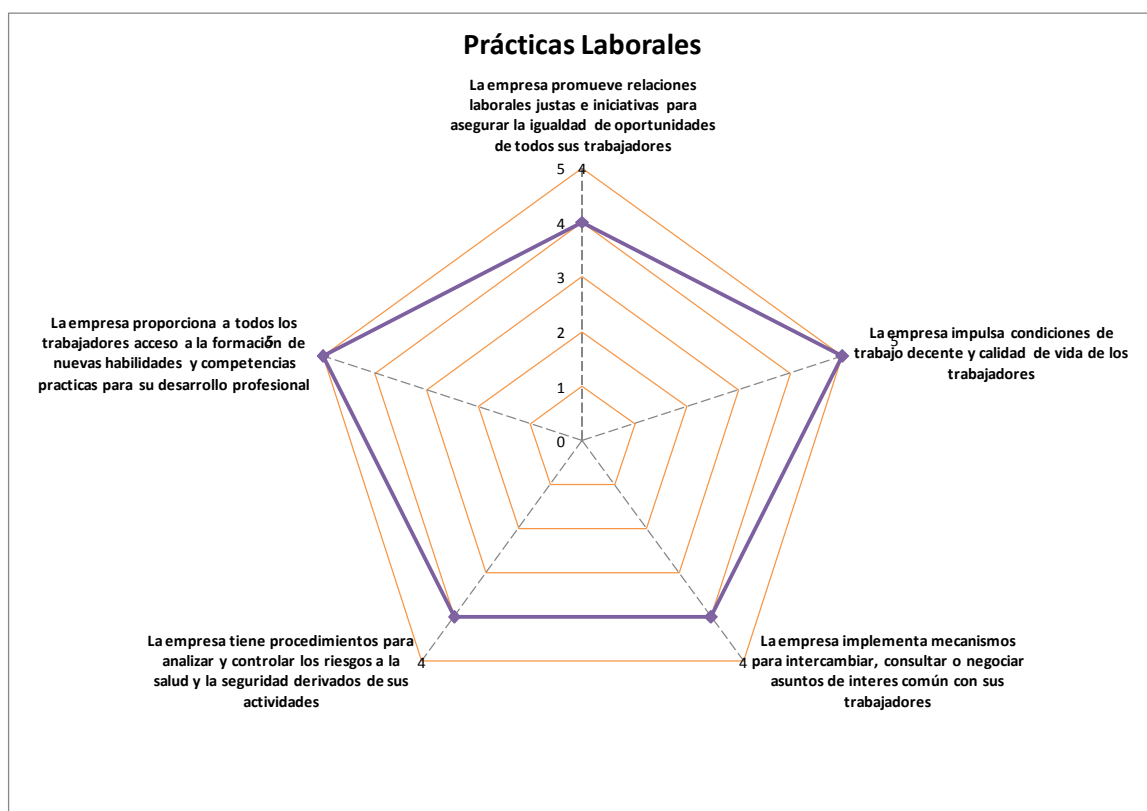


Grafico 19. Practicas Laborales

La cámara de comercio de Palmira se preocupa por la Salud mental y física de sus empleados, para este fin realiza brigadas de salud constantemente dentro de la cámara para contrarrestar posibles afecciones que se pueda presentar dentro de su grupo de trabajo y evitar así posibles enfermedades y disminuir los niveles de ausentismo, también realizan visitas con la ARP para revisar la ergonomía de los puestos de trabajo, para todo esto, la Cámara cuenta con un Comité Paritario de Salud Ocupacional COPASO previamente constituido.

9.5.4 Medio Ambiente

Materia Fundamental		Prácticas	Calificación (Para calificar despliegue el menu de cada casilla)
El medio ambiente	18	La empresa cuenta con un procedimiento para prevenir la contaminación del ambiente	Nivel de Desarrollo Nulo: la empresa no ha desarrollado ninguna iniciativa de esta práctica
	19	La empresa implementa medidas de eficiencia en los recursos para reducir el uso de energía, agua y otros recursos	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	20	La empresa tiene identificadas las fuentes directas e indirectas de acumulación de emisiones de gases de efecto invernadero	Nivel de Desarrollo Nulo: la empresa no ha desarrollado ninguna iniciativa de esta práctica
	21	La empresa adelanta acciones para proteger la biodiversidad y cuidar sus ecosistemas cercanos	Nivel de Desarrollo Medio: la empresa ha ejecutado algunas acciones o programas que responden a esta práctica

Tabla 15 . Medio Ambiente

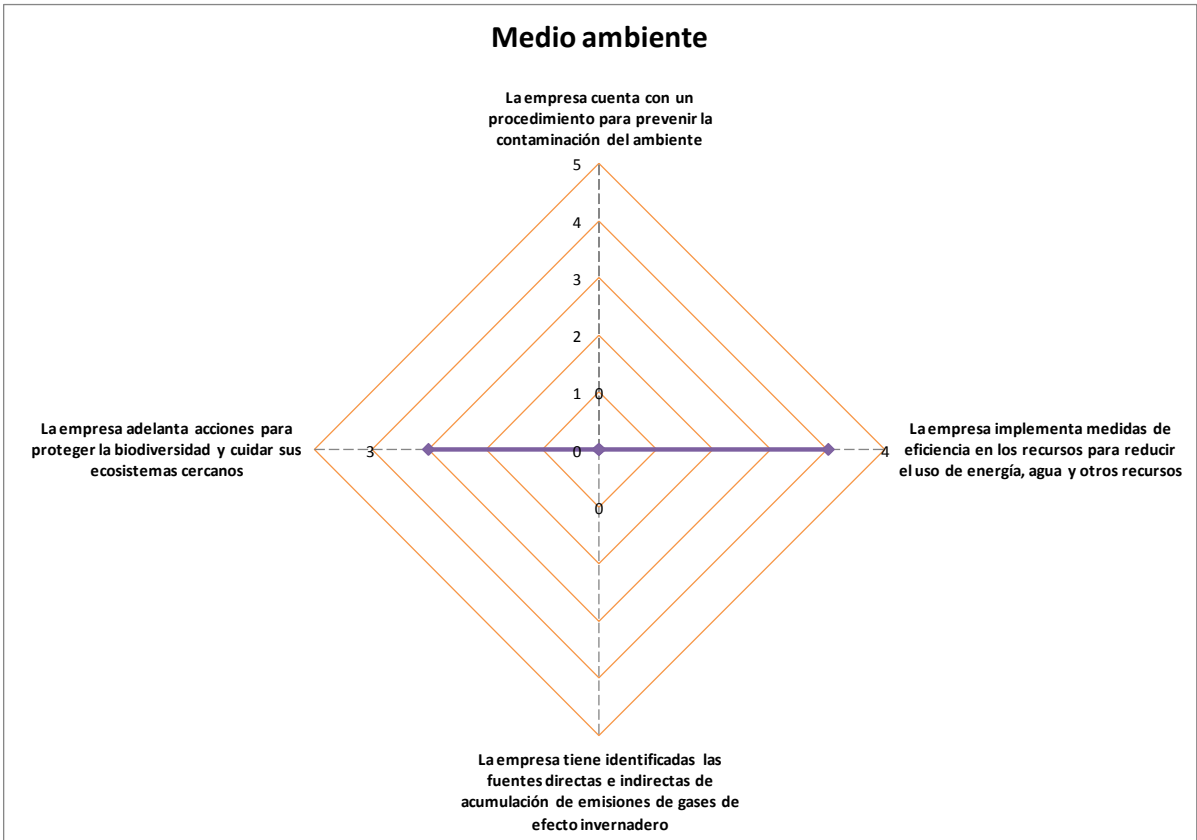


Grafico 20. Medio Ambiente

En el aspecto medio ambiental la Cámara de Comercio de Palmira, no cuenta con procedimientos claros para prevenir la contaminación del ambiente, ni tiene identificadas las fuentes directas e indirectas de acumulación de emisiones de gases de efecto invernadero. No se debe desconocer que la cámara adelanta acciones para proteger la biodiversidad y cuida ecosistemas cercanos a la misma.

La Cámara implementa medidas de eficiencia en los recursos para reducir el uso de energía, agua y otros recursos. Lo anterior se puede evidenciar en el mantenimiento a las zonas verdes y palmas que se encuentran alrededor de la Cámara de comercio de Palmira, y en sus campañas para utilizar el Agua y la Energía en la medida que realmente se requiere.

9.5.5 Practicas Justas de Operación

Materia Fundamental		Prácticas	Calificación (Para calificar despliegue el menu de cada casilla)
Prácticas justas de operación	22	La empresa desarrolla iniciativas para promover la lucha contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno	Nivel de Desarrollo Avanzado: los programas y acciones emprendidos por la empresa se encuentran en una etapa de mejora e institucionalizados en la empresa
	23	La empresa promueve relaciones responsables y transparentes con las autoridades del poder público para prevenir prácticas corruptas	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	24	La empresa ofrece información suficiente sobre los contenidos de sus productos/servicios para evitar involucrase en conductas anti-competencia	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	25	La empresa promueve la adopción de prácticas de responsabilidad social en su cadena de proveedores	Nivel de Desarrollo Nulo: la empresa no ha desarrollado ninguna iniciativa de esta práctica
	26	La empresa garantiza el uso legal de productos y servicios en las actividades que desarrolla evitando la piratería y falsificación	Nivel de Desarrollo Avanzado: los programas y acciones emprendidos por la empresa se encuentran en una etapa de mejora e institucionalizados en la empresa

Tabla 16. Practicas Justas de Operación.

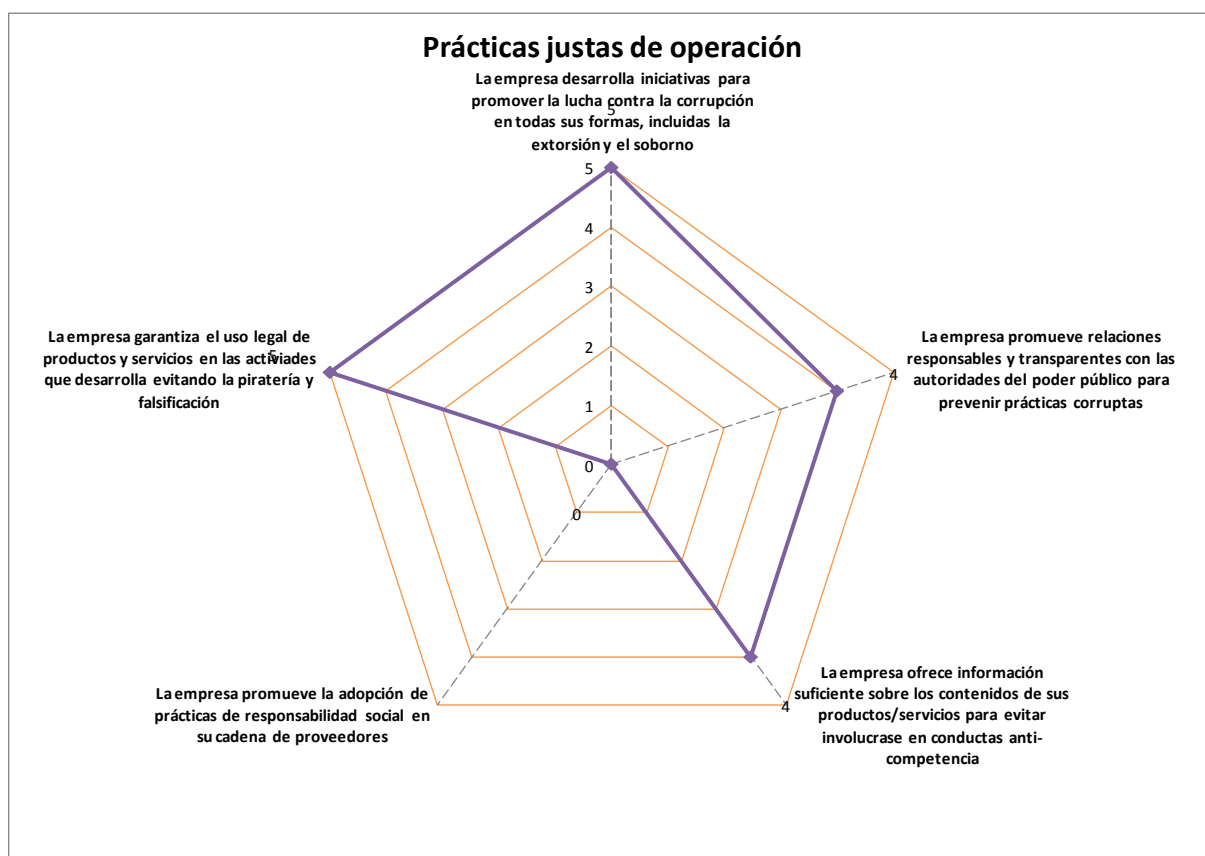


Grafico 21. Practicas Justas de Operación.

En cuanto a las Practicas Justas de Operación, La Cámara de comercio de Palmira, como se mencionó anteriormente dentro de su proceso de aprendizaje, apenas se encuentra definiendo practicas de Responsabilidad Social internas y externas, en este caso para sus proveedores.

La Cámara promueve relaciones transparentes y muestra todas las ventajas y desventajas de realizar la matricula mercantil a sus empresarios y visitantes, evitando así caer en conductas de anticompetencia, teniendo en cuenta que algunos de sus recursos son del estado y son reguladas por entidades del mismo, entre estas la contraloría.

9.5.6 Asuntos de Consumidores.

Materia Fundamental		Prácticas	Calificación (Para calificar despliegue el menu de cada casilla)
Asuntos de consumidores	27	La empresa tiene un proceso de mercadeo con información completa, clara y respetuosa para los consumidores	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	28	La empresa informa a sus clientes y consumidores sobre los modos de uso, almacenamiento y desecho de sus productos para evitar daños a la salud y seguridad	Nivel de Desarrollo Nulo: la empresa no ha desarrollado ninguna iniciativa de esta práctica
	29	La empresa promueve productos de alta calidad con una vida útil más larga, fácilmente reutilizables y disposición final adecuada	Nivel de Desarrollo Medio: la empresa ha ejecutado algunas acciones o programas que responden a esta práctica
	30	La empresa desarrolla mecanismos claros para atender inquietudes, quejas y reclamos de clientes y consumidores	Nivel de Desarrollo Avanzado: los programas y acciones emprendidos por la empresa se encuentran en una etapa de mejora e institucionalizados en la empresa
	31	La empresa tiene un procedimiento riguroso para la obtención, uso y protección de la información de sus clientes	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	32	La empresa promueve iniciativas de responsabilidad social en sus servicios y productos, propendiendo por el derecho a la satisfacción de las necesidades básicas	Nivel de Desarrollo Medio: la empresa ha ejecutado algunas acciones o programas que responden a esta práctica
	33	La empresa verifica que la información que entrega a su consumidor cumple con todos los derechos y obligaciones pertinentes, educando a los consumidores frente a sus productos y servicios	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión

Tabla 17 . Asuntos de Consumidores.

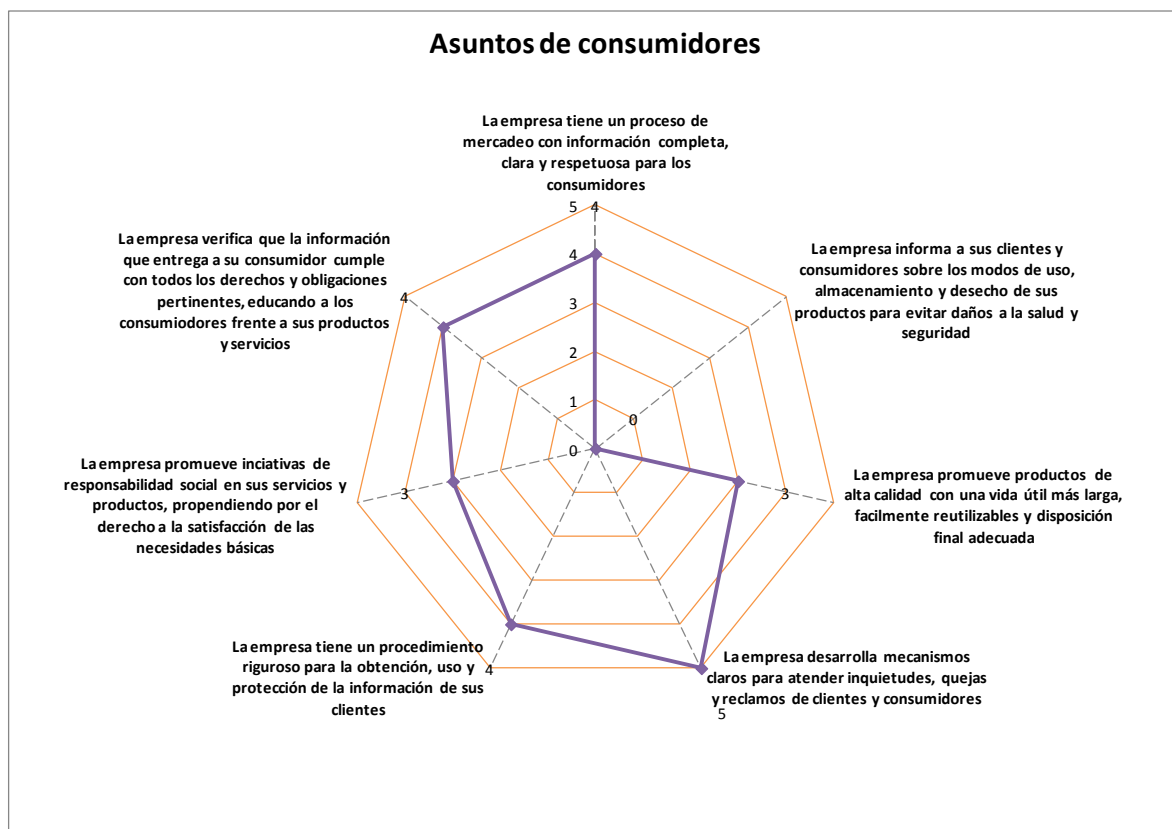


Grafico 22. Asuntos de Consumidores.

En la evaluación de Asuntos de consumidores se observa que la Cámara de Comercio de Palmira, cuenta con mecanismos que permite interactuar con sus clientes y conocer así la calidad de sus servicios, como lo son el buzón virtual de quejas y reclamos que se encuentra en la pagina virtual de la entidad, los buzones y sugerencias que se encuentran en las dependencia de servicio al cliente y la atención personalizada y telefónica en caso de que los empresarios o visitantes lo requieran.

Al ser la cámara una empresa de servicios, no se cuenta con procedimientos de almacenamiento de sus productos.

La Cámara Se encuentra implementando la Responsabilidad Social Empresarial en busca del buen servicio para sus clientes.

9.5.7. Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad.

Materia Fundamental		Prácticas	Calificación (Para calificar despliegue el menu de cada casilla)
Participación activa y desarrollo de la comunidad	34	La empresa consulta a grupos de la comunidad para determinar actividades de desarrollo y posibles inversiones sociales	Nivel de Desarrollo Bajo: la empresa tiene dentro de su planeación realizar acciones o programas que contengan esta práctica, pero no ha pasado a nivel de ejecución
	35	La empresa promueve acciones que fomentan la educación y la cultura en las comunidades donde ejerce su influencia directa	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	36	La empresa impulsa programas de generación de empleo local y desarrollo de habilidades para la comunidad	Nivel de Desarrollo Medio: la empresa ha ejecutado algunas acciones o programas que responden a esta práctica
	37	La empresa contribuye al desarrollo de tecnologías de la información y la comunicación que ayudan a solucionar necesidades sociales en las comunidades donde opera	Nivel de Desarrollo Medio: la empresa ha ejecutado algunas acciones o programas que responden a esta práctica
	38	La empresa compra productos y servicios a los proveedores locales y además contribuye a su desarrollo y fortalecimiento	Nivel de Desarrollo Alto: los programas y acciones ejecutados en relación a esta práctica son medidos con indicadores de gestión
	39	La empresa promueve hábitos y estilos de vida saludables en las comunidades de influencia	Nivel de Desarrollo Nulo: la empresa no ha desarrollado ninguna iniciativa de esta práctica
	40	La empresa hace alianzas con otras organizaciones con el fin de maximizar recursos en iniciativas orientadas a mejorar asuntos sociales de la vida en comunidad	Nivel de Desarrollo Avanzado: los programas y acciones emprendidos por la empresa se encuentran en una etapa de mejora e institucionalizados en la empresa

Tabla 18. Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad.

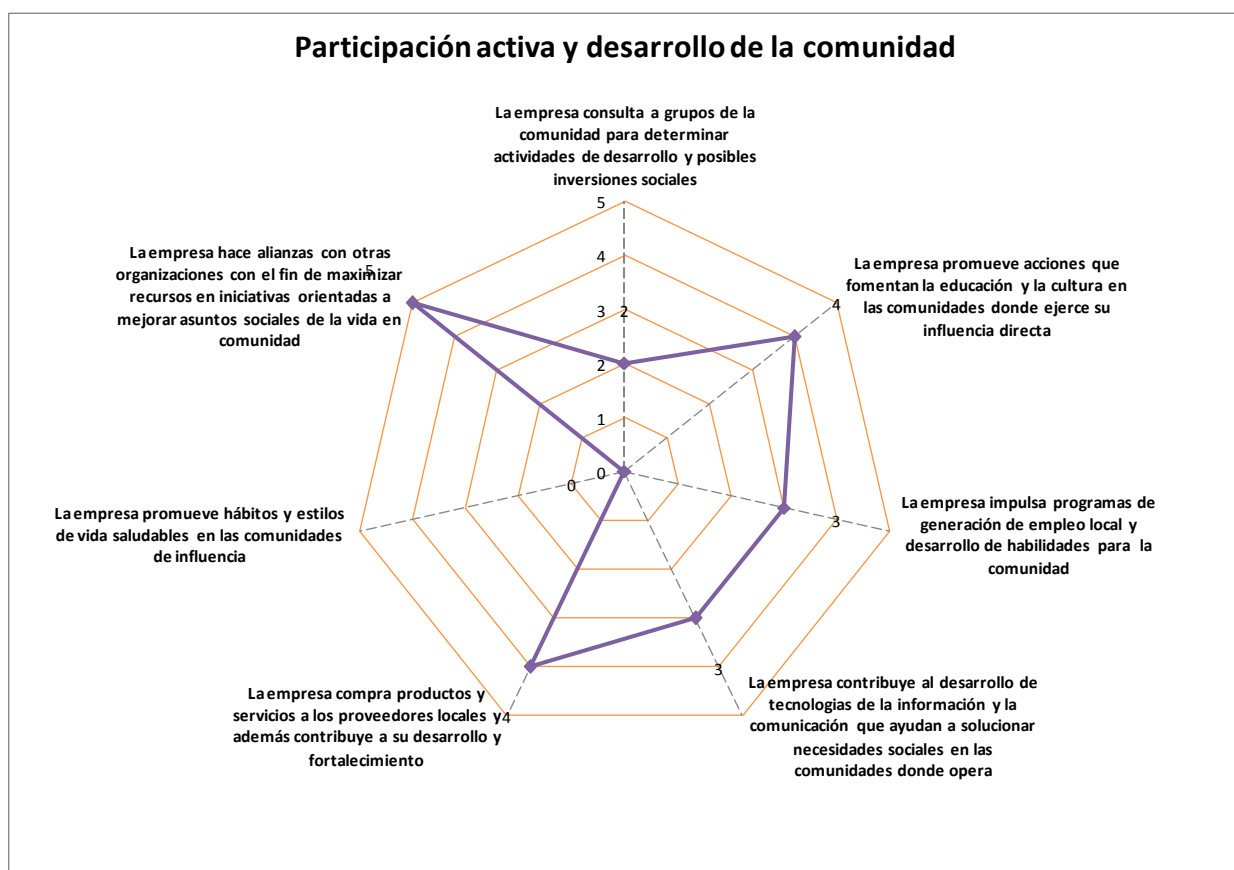


Grafico 23. Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad.

La cámara de comercio de Palmira no promueve hábitos de vida saludable para las comunidades de influencia (clientes externos), esto solo lo realiza con el personal que labora dentro de la entidad, al igual que al momento de determinar sus inversiones sociales, no cuenta con procedimientos establecidos.

La cámara debe mejorar los programas de generación de empleo local y las acciones que fomentan la educación y cultura en la comunidad, debido a que es esta entidad la que tiene un contacto directo con las empresas y podría conocer de primera mano las necesidades laborales que pueden tener las mismas.

10. INFORME DE SOSTENIBILIDAD

Este informe fue socializado en la pagina web de la pagina de la cámara de comercio, el link es el siguiente:

http://www.ccpalmira.org.co/portal/images/Docs/informe_anual_RSE/REPORTE%20DE%20SOSTENIBILIDAD%20CCP%202012.pdf



Grafico 24. Pagina Cámara de Comercio de Palmira / Informe RSE.

10.1 PLAN DE ACCIÓN MITIGACIÓN RIESGO EN LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA.

A continuación se muestra la malla de trabajo, con la cual luego de analizar las Impactos negativos de las acciones a ejecutar para el cumplimiento de los objetivos organizacionales, se determino los planes de Mitigación Riesgo en la dirección estratégica 2012 – 2015.

Tabla 19. Matriz Acción Mitigación Riesgo en la dirección estratégica 2012 – 2015.

ACCIONES	ECONOMICO	AMBIENTAL	SOCIAL	PLAN DE ACCION
	NEGATIVO	NEGATIVO	NEGATIVO	
Adicionar tarjeta de crédito como medio de pago Anexo 5,1 y 5,2 Adicionar Renovación Para Proponentes	Generar mayor costo operativo	Aumento el Gasto de Papel		1. Manejar papel de menor Gramaje. 2. Contratar personal del Sena o Pasantes para que ayuden en la verificación. 3. <u>Generar reporte electrónico.</u>
Solicitud y pago de certificados en línea	Disminucion del Ingreso por Certificados			1. Manejar un PIN que permita al usuario imprimir una sola vez los certificados online.
Solicitud y pago de actualización de datos en línea para personas naturales			Para la Cámara porque no se tiene trato personal con los comerciantes lo que implica que las relaciones no sean tan efectivas	1. Generar otros espacios de interacción con los usuarios, para no perder el contacto con los mismos.
Consulta de expedientes en línea y trazabilidad de documentos en trámite	Menos ingresos por concepto de copias para el proveedor de este servicio.		No tener un funcionario de la Cámara que le brinde información en caso necesario.	1. Contar con un Call Center, donde se brinde apoyo a los empresarios y usuarios.
Implementar la simplificación de trámites en un municipio diferente de Palmira Anexo 2	Menos ingresos por concepto de formularios y modelos de documentos			1. Diseñar otras Actividades que contraresten esta disminución de dinero.
Formar nuevos conciliadores y actualizar los existentes Anexos 1 y 2	Aumento de los gastos de Cámara en capacitación.			1. Generar Actividades que contraresten este gasto.
Implementar el programa MASC (medios alternativos de solución de conflictos) escolar que permita promocionar los servicios en la comunidad escolar (incluidos padres de familia y docentes). Anexo 5	Generara costos en capacitacion			1. Generar Actividades que contraresten este gasto.
Promover que las empresas participen en Ferias, Macro ruedas y demás eventos comerciales del programa nacional de fortalecimiento del mercado interno y otros.	Ninguno de los programas generan excedentes económicos a la Cámara			1. Buscar la forma de conseguir que los programas generen excedentes economicos
Líderar la estrategia de internacionalización del gobierno nacional en la zona de jurisdicción focalizados en los sectores de la agenda de competitividad.	Ninguno de los programas generan excedentes económicos a la Cámara		Disminución en el empleo de la región.	1. Buscar la forma de conseguir que los programas generen excedentes economicos. 2. Dar a conocer las ventajas tanto de exportar como de importar, para que se tome una decision acertada.
Ofrecer espacios de actualización empresarial en los municipios de cobertura de la CCP.	Ninguno de los Programas Generan excedentes economicos para la Camara.	aumento en la utilización de papel en los eventos		1. Disminuir los excedentes economicos y el uso de papel en cada uno de los eventos.
Brindar servicios de Consultoría Empresarial	Ninguno de los Programas Generan excedentes economicos para la Camara.			1. Disminuir los excedentes economicos y el uso de papel en cada uno de los eventos.
Conocer el nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios de la Camara de Comercio de Palmira		La utilización de papel en las encuestas podría tener un impacto negativo en el medio ambiente		1. Disminuir el uso de papel en cada uno de los eventos.
Diseñar la estrategia de posicionamiento de la nueva imagen	requiere una inversión de dinero alta	Desperdicio de los formatos en blanco que aun no han sido utilizados y que se reemplazaran por los nuevos.		1. Disminuir los excedentes economicos y el uso de papel en cada uno de los eventos.
Ofrecer servicios empresariales segmentados y diferenciados según las necesidades de los afiliados.	Aumento de los gastos por parte de la Entidad			1. Evaluar la manera de poder brindar la informacion por grupos de interes, donde se segmente los empresarios y se cumpla con las necesidades de los mismos.
Fortalecer los planes de contingencia con el uso de nuevas tecnologías para soportar la operación de los diferentes servicios ofrecidos por la entidad.	Requiere de inversión adicional por parte de la empresa, lo cual no siempre se ve reflejado en el retorno			1. Evaluar la manera de poder brindar la informacion por grupos de interes, donde se segmente los empresarios y se cumpla con las necesidades de los mismos.
Diagnosticar futuras necesidades de espacios locativos y logística	Genera un impacto económico alto para la organización sobre el cual no se tiene retorno inmediato.			1. Evaluar la manera de poder brindar la informacion por grupos de interes, donde se segmente los empresarios y se cumpla con las necesidades de los mismos.

10.2 ESTRATEGIAS PARA MITIGAR LOS IMPACTOS NEGATIVOS, EN EL AMBITO SOCIAL, ECONOMICO Y AMBIENTAL DEL DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO POR OBJETIVO ORGANIZACIONAL

✓ Mayor eficiencia, calidad y cobertura

1. Manejar papel de menor Gramaje.
2. Contratar personal del Sena o Pasantes para que ayuden en la verificación.
3. Generar reporte electrónico.
4. Manejar un PIN que permita al usuario imprimir una sola vez los certificados online.
5. Generar otros espacios de interacción con los usuarios, para no perder el contacto con los mismos.
6. Contar con un Call Center, donde se brinde apoyo a los empresarios y usuarios.
7. Diseñar otras Actividades que contrarresten esta disminución de dinero.

✓ Promover la cultura de la conciliación.

8. Generar Actividades que contrarresten este gasto.
9. Generar Actividades que contrarresten este gasto.

- ✓ **Contribuir al desarrollo empresarial ofreciendo herramientas que permitan lograr una mayor productividad y competitividad de las empresas, basados en la formalidad, emprendimiento, innovación y responsabilidad social.**

10. Buscar la forma de conseguir que los programas generen excedentes económicos

11. Buscar la forma de conseguir que los programas generen excedentes económicos.

12. Dar a conocer las ventajas tanto de exportar como de importar, para que se tome una decisión acertada.

13. Disminuir los excedentes económicos y el uso de papel en cada uno de los eventos.

14. Disminuir los excedentes económicos y el uso de papel en cada uno de los eventos.

- ✓ **Sostener y mejorar continuamente los sistemas de gestión y de control con criterios de Responsabilidad Social Empresarial.**

15. Disminuir el uso de papel en cada uno de los eventos.

- ✓ **Renovar y posicionar la imagen de la Cámara de Comercio aumentando el grado de conocimiento de sus acciones, programas y servicios**

16. Disminuir los excedentes económicos y el uso de papel en cada uno de los eventos.

17. Evaluar la manera de poder brindar la información por grupos de interés, donde se segmente los empresarios y se cumpla con las necesidades de los mismos.

- ✓ **Velar por la disponibilidad de los recursos económicos, humanos, locativos, logísticos y tecnológicos para facilitar el logro de los objetivos organizacionales**

18. Evaluar la manera de poder brindar la información por grupos de interés, donde se segmente los empresarios y se cumpla con las necesidades de los mismos.

19. Evaluar la manera de poder brindar la información por grupos de interés, donde se segmente los empresarios y se cumpla con las necesidades de los mismos.

11.CONCLUSIONES

- ✓ Se determina el nivel de cumplimiento de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de la Cámara de Comercio de Palmira a partir de la aplicación del Cuestionario de diagnóstico de la Norma ISO 26000 en las Materias de Gobernanza de la Organización, Derechos Humanos, Prácticas Laborales, Medio Ambiente, Prácticas justas de Operación, Asunto de Consumidores, Participación activa y desarrollo de la comunidad.
- ✓ Se aplican los indicadores GRI correspondientes a la cámara de comercio de Palmira y los resultados alcanzados en cada uno de estos indicadores, haciendo su respectivo análisis.
- ✓ Se conocen y se analizan con los Jefes de Procesos los Impactos Negativos de las estrategias utilizadas para el cumplimiento de los objetivos del direccionamiento estratégico de la Cámara de Comercio de Palmira en las dimensiones ambientales, sociales y económicas.
- ✓ Se establecen estrategias para mitigar los impactos negativos, en el ámbito social, económico y ambiental de las estrategias para el cumplimiento de los objetivos del direccionamiento estratégico de los años 2012 al 2015, por cada uno de los objetivos en los cuales se encontraron aspectos negativos.

11. RECOMENDACIONES

- ✓ Implementar acciones para mejorar los niveles de cumplimiento de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de la Cámara de Comercio de Palmira que según el Cuestionario de diagnóstico de la Norma ISO 26000 no se viene aplicando o se hace de poca manera dentro de la cámara de comercio de Palmira.
- ✓ Continuar con la medición de los indicadores GRI correspondientes a la cámara de comercio de Palmira por sedes y un consolidado general que permita analizar de forma global y específica los indicadores que así lo requieran.
- ✓ Generar comités de Responsabilidad Social Empresarial que permitan continuar con el análisis de los objetivos del Desarrollo Estratégico de la Cámara de Comercio de Palmira y mitigación de los mismos, según sea caso
- ✓ Cumplir con las estrategias determinadas para la mitigación de los impactos negativos, en el ámbito social, económico y ambiental velando porque las estrategias implementadas den el resultado esperado, que es el cumplimiento de los objetivos organizacionales de la Cámara de Comercio de Palmira dentro de los parámetros de Responsabilidad Social Empresarial.

12.BIBLIOGRAFIA

- SIERRA MONTOYA, Jorge Emilio. Principios de Responsabilidad Social Empresarial. Bogotá 2010. S.A. 98 h. Impresión: Panamericana formas e impresiones. ISBN: 958-8481-17-1
- GONZÁLEZ-PÉREZ, María Alejandra. La Responsabilidad Social Empresarial, un tema de sostenibilidad y crecimiento internacional. REVISTA DINERO. Bogotá [en línea]. PUBLICADO: 2011-10-19T00:00:00. [Consultado 20 de Octubre de 2012]. Disponible en Internet: <http://www.dinero.com/opinion/opinion-on-line/articulo/la-responsabilidad-social-empresarial-tema-sostenibilidad-crecimiento-internacional/137807>
- MÉNDEZ ÁLVAREZ, CARLOS EDUARDO. Metodología: guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas. Santafé de Bogotá D.C.: MC GRAW HILL, 1997. 170p.
- Norma Técnica Colombiana NTC 1486. Documentación. Presentación de tesis, trabajos de grados y otros trabajos de investigación. Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC). Sexta actualización. Bogotá. 2008.
- Norma Técnica Colombiana NTC 5613. Referencias Bibliográficas. Contenido, forma y estructura. Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC). Quinta actualización. Bogotá. 2005.
- Direccionamiento Estratégico de la Camara de Comercio de Palmira 2012 – 2015.

- Encuestas de Responsabilidad Social Empresarial: The Millenium Poll on Corporate Social Responsibility; Corporate Social Responsibility-Europe.

Internetgrafia

- Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad, <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G3.1-Complete.pdf>
- <http://redunirse.org/nuevo/sites/default/files/pdf/Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20su%20origen,%20evoluci%C3%B3n%20y%20desarrollo%20en%20Colombia.pdf>.
- <http://eticagro.org/modules/smartsection/item.php?itemid=36>.
- http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1315-85972010000100003&script=sci_arttext
- http://www.ccpalmira.org.co/portal/images/Docs/informe_anual_RSE/REPORTE%20DE%20SOSTENIBILIDAD%20CCP%202012.pdf